

YRITYKSEN PERUSTAMINEN SAKSAAN

Case Katrium OÜ

Perttu Saraniva

Opinnäytetyö
Elokuu 2010

Liiketalous
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) SARANIVA, Perttu	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 24.08.2010
	Sivumäärä 92	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi YRITYKSEN PERUSTAMINEN SAKSAAN Case: Katrium OÜ		
Koulutusohjelma Liiketalous		
Työn ohjaaja(t) KANANEN, Jorma		
Toimeksiantaja(t) Katrium OÜ		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Tallinnassa toimivalle markkinatutkimus- ja konsultointiyritys Katrium Oü:lle. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää yrityksen perustamisen vaiheet ja tarvittavat toimenpiteet Saksassa. Käsiteltävinä aiheina olivat eri yritysmuodot Saksassa, niihin liittyvät perustamistoimenpiteet, kustannusarviot, kirjanpito- ja verotuskäytännöt, sekä vuokra- ja pankkisopimukset.</p> <p>Opinnäytetyössä kerättiin ensin yleistä markkinatietoa Saksasta, yrityksen perustamiseen liittyvistä käytänteistä sekä eri yritysmuotojen hyvistä ja huonoista puolista. Sitten niistä työstettiin teoreettinen viitekehys. Tämän jälkeen alettiin kerätä haastateltavia yrityksiä, joihin otettiin puhelimitse ja sähköpostitse yhteyttä ja kysyttiin heitä mukaan tutkimusosioon. Yhteyttä otettiin 36 yritykseen, joista lopulta kahdeksan vastasi tutkimukseen. Tutkimusmetodinä käytettiin kvalitatiivista tutkimusta, tarkemmin haastattelututkimusta. Haastateltaviksi valittiin pieniä ja keskisuuria yrityksiä, joilla on toimintaa Saksassa. Haastattelut toteutettiin puhelimitse, ja haastateltavien voivat vastata joko nimellä tai nimettöminä. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Haastatteluilla saatiin esille hyödyllistä informaatiota, jota voidaan käyttää apuna yrityksen perustamisessa kyseiselle markkina-alueelle. Tutkimustuloksista keskeisempiä olivat suositukset käyttää hyvää veroneuvojaa, asianajajaa ja kirjanpitäjää yrityksen perustamiseen. Lisäksi erilaisten yritysmuodon ja toimipaikan valintaan liittyviä taloudellisia, juridisia ja imagollisia yksityiskohtia korostettiin. Aiheesta voidaan suorittaa jatkotutkimusta liittyen esimerkiksi kilpailutilanteen kartoittamiseen tarkemmin sekä teoreettista pohjaa voidaan käyttää muihin aiheita koskeviin tutkimuksiin. Lisäksi opinnäytetyössä huomioitujen lakien ja kustannusten voidaan olettaa muuttuvan.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Saksa, Katrium OÜ, yritysmuodot, perustaminen, sopimukset		
Muut tiedot		



Author(s) SARANIVA, Perttu	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 24082010
	Pages 92	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title ESTABLISHING A COMPANY IN GERMANY (case Katrium Oü)		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) KANANEN, Jorma		
Assigned by Katrium OÜ		
<p>Abstract</p> <p>The thesis was assigned by a market research and consulting company Katrium Oü, located in Tallinn, Estonia. The purpose of this study was to examine the business start-up phases and the necessary measures concerning establishing a company in Germany. The topics discussed here are the various forms of business (company forms) in Germany, the related measures (for example judicial and financial), cost estimates for the company creation, accounting and tax practices, and rental and banking agreements.</p> <p>The study was conducted in sections, first gathering information about German markets, laws and procedures concerning establishing a company, then about advantages and disadvantages of different company forms for the theoretical context. Then a list of companies was compiled for the empirical research.</p> <p>The research method used is that of a qualitative survey. The interviewees were a variety of small and medium-sized enterprises operating in Germany. The interviews revealed some very practical information to be used in establishing a company in Germany. The study results are very important as recommendations of using good tax consultants, lawyers and accountants when setting up a company. In addition, various noteworthy economic and legal details related to the choice of company form or location, or the public image, were highlighted.</p>		
Keywords Germany, Katrium OÜ, company formation, contracts		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO	2
2. SAKSA TALOUSALUEENA JA KAUPPAKUMPPANINA.....	2
2.1 Saksan eri talousalueet	6
2.1.1 Pohjois-Saksa	6
2.1.2 Länsi-Saksa	8
2.1.3 Etelä-Saksa	9
2.1.4 Itä-Saksa	10
3. YHTIÖMUODOT SAKSASSA	11
3.1 Osakeyhtiöt	12
3.2 Henkilöyhtiöt	15
4. YRITYKSEN PERUSTAMISESTA	17
4.1 Kilpailutilanteen kartoittaminen	19
4.2 Yrityksen perustamispaikan valinta	20
4.3 Yrityksen perustamisvaiheet ja kustannukset	20
4.4 Muuta huomioitavaa.....	22
4.4.1 Työnantajan vastuut	22
4.4.2 Kirjanpito ja verotus.....	23
4.4.3 Asunto- ja toimistotilojen vuokraus	25
4.4.4 Maksujen maksaminen.....	26
5. KOKEMUKSIA SAKSAN MARKKINOILTA	27
5.1 Gofresh – sosiaalista mediaa maailmalle	27
5.2 Teemahaastattelut.....	27
6. PÄÄTELMÄT	36
7. LÄHTEET	38
8. LIITTEET	42
8.1 Teemahaastattelurunko	42
8.2 Teemahaastattelu 1	43
8.3 Teemahaastattelu 2.....	47
8.4 Teemahaastattelu 3.....	53
8.5 Teemahaastattelu 4.....	58
8.6 Teemahaastattelu 5.....	62
8.7 Teemahaastattelu 6.....	67
8.8 Teemahaastattelu 7	79
8.9 Vastauslomake MIK:ltä	89

1. JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mitä asioita pitää ottaa huomioon perustettaessa yritys Saksaan. Tutkielman tarkoituksena on selvittää, että millaisia erilaisia markkina-alueita Saksassa on, ja millaista liiketoimintaa niillä alueilla harjoitetaan. Muita tutkittavia asioita ovat yritysmuodot Saksassa, millaisia etuja ja hyötyjä niissä on sekä mitä lainsäädännöllisiä tekijöitä kuten esimerkiksi verotus- ja kirjanpitokäytäntöjä niihin liittyy. Aihealuetta ei ole käsitelty paljoa suomalaisessa kirjallisuudessa, joten tämä tutkielma on varmasti avuksi aiheesta tietoa tarvitseville.

Opinnäytetyö tuli toimeksiantona Katrium Oüsta, jossa kirjoittaja toimi viisi kuukautta harjoittelussa syyskuusta 2009 tammikuun 2010 loppuun. Tätä aihetta tarjottiin ja sen toteuttamisesta sovittiin yhteisellä mielenkiinnolla. Toimeksiantaja Katrium Oü on suomalaisomisteinen markkinatutkimuksiin ja konsultointiin erikoistunut Tallinnassa Virossa toimiva yritys. Yrityksen palveluihin voidaan lukea kaikenlaiset ulkoistetut liike-elämän palvelut sisältäen esimerkiksi asiakaspalvelun, uusien asiakkaiden hankinnan, liiketapaamisten järjestämisen ja markkinatutkimukset.

Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä on käytetty kvalitatiivista tutkimusta, koska haluttiin selvittää suomalaisyrityksien kokemuksia Saksan markkinoilta ja avoimet kvalitatiiviset kysymykset koettiin parhaaksi tavaksi selvittää millaisia haasteita ja mahdollisuuksia suomalaiset yrittäjät voivat kohdata Saksan markkinoilla. Johtopäätöksissä oli tarkoitus tehdä yhteenveto siitä, millaisia haasteita yrityksen perustamiseen Saksassa liittyy ja miten ne voidaan ratkaista ottamalla esimerkkiä haastatelluista yrityksistä. Tutkimus toteutettiin teemahaastattelujen ja kirjallisten kyselyjen avulla, koska yrityksen perustamisen käytännön ongelmista ei ole juurikaan kirjallista tietoa. Teemahaastatteluihin valittiin erilaisia suomalaisia, pääasiassa pieniä ja keskisuuria yrityksiä, joilla on toimintaa Saksassa. Yhteensä 36 yritykseen otettiin yhteyttä, joista kahdeksalta saatiin vastaukset tutkimukseen. Vastausprosentiksi saadaan siis 22,2, jota voidaan pitää kohtalaisena.

2. SAKSA TALOUSALUEENA JA KAUPPAKUMPPANINA

Saksa on yksi Euroopan unionin merkittävimpiä talousalueita, sen osuus Euroopan Unionin bruttokansantuotteesta on 22 %. Saksa on tunnettu kansainvälisesti monista suuryrityksistä kuten BMW, Daimler, Siemens, Bayer, ja SAP. Kuitenkin 70 % saksalaista on töissä pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. Perinteisen koneteollisuutensa lisäksi Saksassa ollaan edelläkävijöitä myös uusiutuvien energian, nano- ja biotekniikan alalla. Logistiikka-alalla Saksassa toimii yli 60 000 yritystä ja se työllistää 2,5 miljoona saksalaista – peräti 23 % Länsi-Euroopan logistiikkapalveluista kulutetaan Saksassa. Alan liikevaihto Saksassa on eri arvioiden mukaan 170 – 218 miljardia euroa, kun sen liikevaihto on 600 - 730 miljardia koko Länsi-Euroopassa. (Katsaus Saksan talouselämään, Logistics Industry, Supply Chain Brain)

Saksa on yksi Suomen merkittävimpiä kauppakumppaneita. Tammi-marraskuussa 2009 Suomen tuonti Saksasta oli arvoltaan noin 5,75 miljardia euroa, sen osuus koko Suomen maahantuonnista oli 14,6 % ja Suomen vienti Saksaan noin 4,26 miljardia euroa samana aikana, ollen täten 10,3 % koko maamme ulkomaankaupasta. Suomen ja Saksan välinen kauppataase oli Suomelle alijäämäinen. Sekä vienti että tuonti maiden välillä laski noin 30 prosenttia verrattuna vuoteen 2008. (Tulli – Kuvioita Ulkomaankaupasta)

Vuonna 2005 Saksassa toimi noin 400 suomalaisten omistamaa yritystä, jotka työllistivät noin 16 000 ihmistä. Saksassa asuu yli 13 000 Suomen kansalaista, eniten heitä ja suomalaisyrityksiä on Nordrhein-Westfalenin osavaltiossa. Pääkaupungissa Berliinissä taas asuu reilu tuhat suomalaista. (Suomen Suurlähetystö, Pääkonsulaatti)

Saksan talouden nykypäivän ja tulevaisuuden haasteisiin kuuluvat muun muassa korkeat työvoimakustannukset, koulutuksen kehittäminen, alueelliset erot työttömyydessä, väestön vanheneminen ja heikko syntyvyys. Saksan työttömyysaste oli 8,2 prosenttia vuonna 2009, mutta oletettavasti noussut talouskriisin myötä. Samaan aikaan muualla Euroalueella työttömyys oli keskimäärin 9 - 10 %, joten Saksa on selvinnyt talouskriisistä keskivertoa paremmin. Vuonna 2010 Saksan talouskasvun on odotettu nousevan yllättävästi. Valtiovarainministeri Wolfgang Schäublen mukaan Saksan talous tulee kasvamaan noin kaksi prosenttia aiemmin oletetun 1,4 %:n asemesta. (Kauppalehti)

Saksan koulutus on OECD-maiden keskitasoa, mutta palkkataso ja palkkakustannukset yli keskitason, joten työvoiman hinta-laatusuhde ei ole paras mahdollinen yrityksille.

Syntyvyys vuonna 2004 oli 1,37 lasta per nainen Saksassa ja 1,8 Suomessa, täten syntyvyys Saksassa on melko vähäistä ja Suomea pienempää. YK ennustaa Saksan väestön mediaani-ikä olevan vuonna 2020 46,9 vuotta Saksassa ja 43,5 vuotta Suomessa, joten Saksan demografiset haasteet tulevat olemaan suuria. Jos Suomessa suuret ikäluokat, joissa syntyvyys on ollut suurinta, ovat syntyneet 1945- 49, niin Saksassa ne ovat syntyneet 1960-alussa, vuosina 1962- 1964, joten he jäänevät eläkkeelle 2020-luvulla, kun Suomessa se tapahtunee 2010-luvulla. Kuitenkin jo vuonna 2015 yli 50 % saksalaisista tulee olemaan eläkeläisiä. Käytännössä tämä tulee toisaalta vaikeuttamaan työvoiman saantia, mutta myös mahdollistamaan uudet markkinat senioriväestön palveluissa.

Konsulttiyritys McKinseyn tutkimuksen mukaan Saksan taloushaasteena ovat myös mahdollinen keskiluokan eli 17 500 - 37 500 euroa vuodessa ansaitsevien väheneminen. Tutkimuksen mukaan heidän osuutensa väestöstä voisi laskea 54 prosentista alle 50:n prosentin eli yli kymmenellä miljoonalla hengellä. Lisäksi alueista erityisesti Hampurin seutua varoitetaan siitä, että se ei ole pian enää tarpeeksi dynaaminen taloudellisesti säilyttääkseen asukkaidensa elintason.

Eri aloista korkean teknologian ja kemian teollisuudella, kuljetus- ja logistiikka-, sekä terveydenhoitoalalla nähdään parhaat kasvumahdollisuudet Saksassa vuoteen 2020 mennessä, kun taas telekommunikaatio- ja autoteollisuuden uskotaan joko vähenevän tai pysyvän melko samana vuoden 2006 tilanteeseen verrattuna. (ks.kuvio 1)

(Kauppapolitiikka - Saksa: Saksa edelleen kiistaton Euroopan moottori - talouden vaikeudet ovat kuitenkin todellisia, Suomi Saksassa – Suomen suurlähetystö, Berliini – Suomen pääkonsulaatti, Hampuri: Suomi Saksassa, Ulkoasiainministeriö, Sinn, 2007, Deutsche Bank Research, McKinsey-Studie)

Wachstumspotenzial in deutschen Branchen

in Prozent, CAGR (Compound Annual Growth Rate) 2006 - 20

Sektor	Anteil an Gesamtbe- schäftigung, 2006	Basisszenario			Chancenszenario		
		Wert- schöpfungs- wachstum	Arbeits- wachstum	Produk- tivitäts- wachstum	Wert- schöpfungs- wachstum	Arbeits- wachstum	Produk- tivitäts- wachstum
Automobil	4,4	0,3	-0,5	0,8	1,3	0	1,3
Maschinenbau	2,5	1,7	-0,8	2,5	2,9	0,3	2,6
Chemie	1,2	3,0	-0,3	3,3	4,6	1,5	3,1
Hightech	4,7	3,2	1,4	1,6	4,8	1,9	2,9
Banken	2,4	1,7	0	1,7	3,3	1,0	2,3
Versicherung, AM	0,9	1,0	-0,9	1,9	3,7	0,9	2,8
Konsumgüter, Handel	10,7	1,5	-0,8	2,3	3,2	1,5	1,7
Gesundheit	10,4	2,2	1,4	0,8	3,3	1,9	1,4
Öffentliche Verwaltung	7,0	0,7	-0,8	1,5	0,7	-0,8	1,5
Transport, Logistik	5,2	3,6	0,9	2,7	4,2	1,5	2,7
Telekommunikation	0,6	-3,7	-5,0	1,3	2,8	1,0	1,8
Andere Sektoren	49,9	1,2	0,4	0,8	2,6	1,0	1,6
Gesamtwirtschaft		1,7	2,5 Mio. Erwerbstätige		3,0	6,1 Mio. Erwerbstätige	

Quelle: McKinsey

KUVIO 1 Kasvuodotukset vuoteen 2020 mennessä eri aloilla Saksassa (Spiegel)

2.1 Saksan eri talousalueet



KUVIO 2 Saksan kartta (Saksan Helsingin Suurlähetystö)

2.1.1 Pohjois-Saksa

Pohjois-Saksaan voi lukea Schleswig-Holsteinin, Hampurin, Bremenin, Ala-Saksin, Mecklenburg-Vorpommernin. Pohjois-Saksa näyttää johtavien saksalaisten tutkimuslaitosten mukaan selviävän lamasta parhaiten. Schleswig-Holsteinin talous kutistui viime vuoteen verrattuna 2,9 prosenttia ja Hampurin 4,4 prosenttia, kun koko Saksan valtion bruttokansantuote väheni 6,8 prosenttia. Syitä tähän on monia, esimerkiksi Pohjois-Saksan yritykset ovat pääasiassa keskisuuria ja teollisuuden rakenne on erilainen kuin Etelä-Saksassa, se ei ole niin vientiriippuvaista ja sen osuus on pieni. Schleswig-Holsteinissa vain 17 % työpaikoista on tuotantoteollisuudessa. Lisäksi Schleswig-Holsteinin työllisyys on toistaiseksi paras Saksassa, työttömyysaste on 7,5 %, kun koko Saksassa se on keskimäärin 8 %.

Satamiin ja lentokenttiin liittyvät palvelualat ovat tärkeitä Hampurissa, tosin matkustajamäärä ja vientiliikenne ovat vähentyneet laman takia. Hotelli- ja matkailuala on kuitenkin kasvanut taloustaantumasta huolimatta. Hampurista on tullut Saksan media-alan keskuskaupunki, kahdeksan kymmenestä suurimmasta Saksan lehdestä julkaistaan Hampurissa. Myös monet rahoitus- ja vakuutusalan yritykset ovat lisääntyneet Hampurissa ja se on nykyään Frankfurtin ohella talous- ja rahoitusalan keskipisteitä Saksassa. Hampurissa ja sen ympäristössä toimii yli 100 suomalaisyritystä, joista voi mainita esimerkiksi seuraava: Ahlström, Stora Enso, Finnair, Finnlines, Hacklin, Fortum, Annikki Karvinen, Konelab, Hans Langh, Wärtsilä, M-Real, Orion, Rados Technology, Raisio, Sampo, TeliaSonera, Teräsjousi, Thomesto, TietoEnator, UPM-Kymmene ja Väisälä. (Hampuri – Kansainvälistymisen ponnahduslauta)

Hampurin alueen kehitys, kuten muunkin Saksan, on riippuvainen ulkomaankaupan kehityksestä. Kiina on Hampurin kaupungin tärkein ulkomaan kauppakumppani. Laskelmien mukaan nykyistä talouskriisiä edeltäneisiin lukuihin päästään vuonna 2012.

Ala-Saksi on pinta-alaltaan toiseksi ja asukasluvultaan neljänneksi suurin Saksan osavaltio. Siellä asuu noin kahdeksan miljoonaa asukasta. 90 % Saksan kotimaisesta kaasutuotannosta sijaitsee alueella, joka tuottaa 16,5 % kaikesta Saksassa kulutetusta kaasusta. (Pohjois-Saksa nopeimmin plussalle, Lower Saxony).

Mecklenburg-Etu-Pommeria kutsutaan Saksan ”tuhansien järvien maaksi”. Se on maatalousaluetta, jossa viljellään esimerkiksi perunaa, viljaa ja rapsia. Alue on merkittävä satamaliikenteelle, josta johtuen laivanrakennusteollisuus on yksi alueen pääteollisuusaloista. Muita ovat elintarvike- ja nautintoaineteollisuus, rakennusala-, koneenrakennus- sekä rakennusmateriaali- ja puuteollisuus.

(Mecklenburg-Etu-Pommeri)

2.1.2 Länsi-Saksa

Länsi-Saksan alueeseen voi lukea Nordrhein-Westfalenin, Saarlandin, Rheinland-Pfalzin sekä osan Hessenin. Nordrhein-Westfalenin osavaltio on väestömäärältään Saksan suurin. Sen 4,8 miljoonan asukkaan Ruhrin teollisuusalue on Euroopan suurin, alue onkin ollut perinteisesti hiili- ja terästeollisuutta täynnä, mutta nykyään kaksi kolmasosaa työssäkäyvistä toimii palvelualoilla. Ympäristönsuojelu on nostanut osavaltion Euroopan johtavaksi ympäristöteknologiakeskukseksi. Myös eri liike-elämän palvelut, kuten pankki- ja vakuutusala ovat merkittäviä, alueella sijaitsee myös noin 600 viestintäyrittäjästä ja 1300 ohjelmistotaloa. Köln (963 000 asukasta), Dortmund (589 000) ja Düsseldorf (569 000 asukasta) ovat alueen suurimpia kaupunkeja.

Saarland on Saksan pienin osavaltio, se on vain noin 2 600 km²:n laajuinen. Luxemburgin ja Lothringenin läheinen sijainti ovat merkittäviä sille. Perinteisesti merkittäviä elinkeinoja alueella ovat olleet lasi- ja keramiikka-, koneenrakennus-, metalli- ja kemian teollisuus, mutta nykyään siellä on paljon modernia informaatio- ja viestintäteknologiaa, materiaalitutkimusta, sähkö- ja lääketekniikkaa sekä tuotantoteknologiaa. Merkittäviä korkeakouluja sekä tutkimuslaitoksia alueella ovat Max Planck -instituutin informatiikan tutkimuslaitos sekä tekoälyä tutkiva Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz.

Rheinland-Pfalz on merkittävä sekä maataloudellisesti että teollisesti. Siellä viljellään kaksi kolmasosaa Saksan viineistä, mutta toisaalta Ludwigshavenissa sijaitseva Badische Anilin- und Sodafabrik (BASF) on Euroopan suurin kemian alan teollisuuslaitos ja samalla Rheinland-Pfalzin suurin teollisuusyrittäjä. Kyseinen osavaltio on myös merkittävä puuntuottaja ja autoteollisuuden alihankkija, lisäksi alueella on huomattavaa jalokivi-, keramiikka-, lasi- ja nahkateollisuutta. Osavaltiossa sijaitsee neljä yliopistoa ja kymmenen ammattikorkeakoulua, erityisesti viime vuosina on panostettu ammattikorkeakoulutukseen, koska käytännönläheistä koulutusta halutaan lisätä. Merkittäviä kaupunkeja alueella ovat karnevaaleistaan tunnettu Mainz (183 000 asukasta) ja Koblenz (108 000 asukasta).

2.1.3 Etelä-Saksa

Saksan eteläiset liittovaltiot ovat Baijeri ja Baden-Württemberg sekä Hessen. Baden-Württemberg on myös merkittävä talousalue, jonka vienti ulkomaille on suurempi kuin minkään muun Saksan osavaltion. Taustalla ovat suuret teollisuusyritykset ja -konsernit kuten BMW (Bayerische Motorwerke), Porsche, IBM, SAP ja DaimlerChrysler, mutta alueella on myös satoja pieniä ja keskisuuria yrityksiä.

Tutkimuksen osuus bruttokansantuotteesta on maailman huippuluokkaa Baden-Württembergissä. Tärkeimpiä tutkimusalueita ovat informaatioteknologia sekä energia- ja ympäristötekniikka ja bioteknologia. Tutkimustyötä tekevät muun muassa alueen yhdeksän yliopistoa, 39 ammattikorkeakoulua ja noin 130 tutkimuslaitosta. Osavaltion pääkaupunki on Stuttgart, jossa asuu noin 590 000 asukasta, sen lähiseutu on teollisesti hyvin merkittävä.

Baijeri on myös teollisesti ja taloudellisesti merkittävä osavaltio. Siellä sijaitsevat muun muassa Siemensin, BMW:n, Audin, Dasa-Aerospacen ja MANin pääkonttorit, Audia lukuun ottamatta kaikki osavaltion pääkaupungissa Münchenissä. Münchenissä asuu reilu 1,26 miljoonaa asukasta.

Nykyään teollisuuden osuus osavaltion bruttokansantuotteesta on noin 35 prosenttia ja palveluelinkeinojen reilusti yli puolet, matkailu on yksi toinen merkittävä ala Baijerissa, esimerkiksi Oktober- festivaalien ja Richard Wagner-musiikkijuhlien takia. Baijerissa on myös merkittävää korkeakoulutusta ja akateemista tutkimusta, alueella toimii 26 yliopistoa ja ammattikorkeakoulua, yksitoista Max Planck- instituuttia ja seitsemän Fraunhofer- seuran tutkimuslaitosta.

Hessen on nykyään yksi Saksan suurimmista talouskeskittymistä ja Euroopan dynaamisimmista alueista. Ratkaisevassa asemassa talouden kannalta osavaltiossa ovat neljä teollisuudenalaa – kemian teollisuus, autoteollisuus, koneenrakennus ja elektroniikkateollisuus. Lisäksi alue on tunnettu palvelu- ja pankkialasta. Frankfurt am Main, jossa toimii Saksan keskuspankin ja Euroopan keskuspankin lisäksi yli 400 liikepankkia ja Saksan suurin pörssi, on Saksan talouselämän yksi keskuskaupungeista Hampurin ja Berliinin ohella. Frankfurtin lentoasema on tavara- ja henkilöliikenteellään

Euroopan suurin ja Saksan suurin yksittäisellä paikkakunnalla toimiva työnantaja. Frankfurt on myös raide- ja vesiliikenteen solmukohta. Hessen on tunnettu myös Opelin toiminnasta Rüsselsheimin pikkukaupungissa. (Saksan Helsingin Suurlähetystö)

2.1.4 Itä-Saksa

Itä-Saksaan voi lukea Berliinin, Brandenburgin, Saksin, Saksi- Anhaltin ja Thüringenin. Alueen ongelmana on suuri työttömyys, vuonna 2004 18 % alueen työvoimasta eli 1,4 miljoonaa henkeä oli työttömänä.

Berliini on Saksan pääkaupunki, jonka metropolialueella asui vuonna 2004 lähes viisi miljoonaa asukasta. Väestönkasvu on kääntynyt 1990- luvun jälkeen positiiviseksi, vuosien 2000 - 2004 aikana kaupunkialueella asuvien määrä lisääntyi yli 3000: lla hengellä. Kaupunki on ollut talousvaikeuksissa Saksan yhdistymisen aiheuttamien talousmuutosten takia. Vähentynyttä teollisuutta on yritetty parantaa elvyttämällä paitsi perinteisiä sähkötekniikan-, auto-, kemian- ja lääketeollisuutta sekä koneenrakennusta. Myös uuteen huipputeknologian osaamiseen on panostettu.

Brandenburgin osavaltio on Saksan harvaan asutuimpia alueita. Alue on ollut perinteisesti rukiin ja öljykasvien viljelyaluetta. Nykyään niiden tilalle on syntynyt auto- ja koneenrakennusteollisuutta, elektroniikka- ja optista teollisuutta, energiataloutta, ympäristöteknologiaa sekä elintarviketeollisuutta ja kemian teollisuutta.

Saksin vapaavaltio on väkirikkain itäisen Saksan osavaltioista, jossa asui noin 4,3 miljoonaa ihmistä vuonna 2006. Aikoinaan se oli merkittävä teollisuusalue, nykyään siellä on yli 132 000 pientä ja keskisuurta yritystä, monipuolisen ja korkean osaamisen aloilta. Osavaltio on itäisen Saksan monipuolisin korkeakoulutuksessa, yliopistot sijaitsevat Leipzigissa, Freibergissa, Dresdenissä ja Chemnitzissa, lisäksi siellä on 12 ammattikorkeakoulua. Ne ovat suuntautuneet vahvasti tekniikkaan ja luonnontieteisiin kuten nano- ja mikroelektroniikkaan. Merkittäviä korkean teknologian yrityksiä alueella

ovat Infineon, AMD ja Wacker Siltronic AG Freiberg. Leipzig on Saksin osavaltion suurin kaupunki 439 000 asukkaallaan, se on tunnettu kirja- ja teollisuusmessuistaan.

Saksi- Anhaltissa asuu reilu 2,3 miljoona asukasta. Se on houkuttellut eniten ulkomaisia suoria investointeja Itä-Saksaa. Kasvualoja osavaltiossa ovat kemian- ja elintarvikealat sekä yhä lisääntyvässä määrin myös autoteollisuuden alihankinta. Kyseisellä alalla Saksi- Anhaltissa toimivat tuotantolaitokset ovat kansainvälisessä vertailussa alansa moderneimpia. Merkittäviä teollisuusyrityksiä ovat muun muassa lääkealalla toimiva aspriinistään tunnettu Bayer AG ja lasinvalmistaja Guardian Industries. Saksin osavaltion on yhdessä Halle-Leipzigin kanssa kehittymässä Saksan bio- ja geeniteknologian keskuksiksi. Magdeburg (231 500 asukasta) on osavaltion pääkaupunki, teollisuuskeskus ja merkittävä sisävesiliikenteessä satamallaan. Halle/Saale on kuitenkin suurempi noin 247 700: lla asukkaallaan.

Thüringen elää pääasiassa maataloudesta, puolet sen pinta-alasta on omistettu maanviljelylle. Toinen perinteinen ala on ollut koneteollisuus, jota löytyy vielä Gerassa ja osavaltion yli 200 000 asukkaan pääkaupungissa Erfurtissa. Jälkimmäisessä on nykyään myös mikroelektroniikkaa ja joillakin pienemmillä yliopistopaikkakunnilla kuten Jenassa (noin 100 000 asukasta) on myös perustettu uutta korkeaa teknologiaa, kuten optista teollisuutta.

(Saksan Helsingin-suurlähetystö – Saksan osavaltiot, Berlin Facts & Figures, Bevölkerung 1990 bis 2020 im Sachsen)

3. YHTIÖMUODOT SAKSASSA

Yhtiömuodot voidaan jakaa Saksassa kolmeen pääkategoriaan:

- osakeyhtiöt
- henkilöyhtiöt
- yksityisytykset (ammatinharjoittajat)

Yksityisyritys (*Kleingewerb*) esimerkiksi toiminimellä on yksi helpoimpia perustaa, koska alkupääomavaatimukset ovat pieniä. Yksityisyrityksiin ei lueta monet vapaita ammatinharjoittajia kuten taitelijoita, kalastajia, arkkitehtejä, tohtoreita ja muita vastaavia (*Freiberufler*). Yksityisyrittäjien etuihin voi laskea sen joustavuuden. Se voi pitää yksinkertaista kirjanpitoa, mikäli sen toiminta täyttää tietyt ehdot. (ks.

Kirjanpidosta) Yksityisyrittäjien ongelmana on se, että yrittäjä joutuu ottamaan täyden vastuun yrityksestä henkilökohtaisella omaisuudellaan eli hänen on oltava varmis korvaamaan tappioita itse. (Hautala, 2002)

3.1 Osakeyhtiöt

Yritysmuoto	Oikeudellinen vastuu	Vähimmäispääoma	Vähimmäishenkilömäärä	Perustamismuodollisuudet
Rajavastuuyhtiö (Gesellschaft mit beschränkter Haftung, GmbH)	Osakepääomaan rajoitettu	25 000,00 €	1	Kohtalaiset tai keskinkertaiset
Yrittäjärajavastuuyhtiö/Pienraja-vastuuyhtiö (Unternehmersgesellschaft Haftungsbeschränkt/Mini GmbH)	Osakepääomaan rajoitettu	1.00 €	1	Pienehköt
Osakeyhtiö (Aktiengesellschaft, AG)	Osakepääoman rajoitettu	50 000,00 €	1	Korkeat tai melko korkeat

KUVIO 3 Osakeyhtiöt Saksassa

Rajavastuuyhtiö on Saksan yleisimpiä yritysmuotoja. Sen perustaminen on kohtalaisen helppoa, tosin alussa tarvitaan pääomaa. Rajavastuuyhtiön vähimmäisosakepääoma on 25 000 euroa, josta vähintään puolet eli 12 500 euroa on oltava todistetusti yrityksen pankkitilillä yritystä perustettaessa.

Rajavastuuyhtiölle on valittava toimitusjohtaja, joka johtaa yritystä ja oikeudellisessa vastuussa yhtiöstä. Hänen ei ole pakko olla osakkeenomistaja tai Saksan kansalainen. Rajavastuuyhtiön toimitusjohtajan tulee huolehtia asianmukaisesta kirjanpidosta, veroilmoitusten teosta ja veroilmoitusten jättämisestä. Tietyissä tapauksissa hän saattaa joutua vastuuseen maksamattomista veroista. Hänen vastuusta yhtiössä voisi mainita myös esimerkiksi vastuun hakea yhtiö konkurssiin kolmen viikon kuluessa yrityksen

ylivelkaantumisesta tai maksukyvyttömyydestä. Täten hänen on oltava koko ajan perillä yhtiönsä taloudellisesta tilasta. Jos konkurssihakemusta ei tehdä ajoissa, toimitusjohtajasta tulee siviilioikeudellisesti korvausvelvollinen ja mahdollisesti syyllinen rangaistavaan tekoon. Laki vaatii myös rajavastuuyhtiön julkaisemaan vuosittain taloustietonsa kaupparekisteriin tulos- ja taselaskelmineen. Ihannetapauksessa rajavastuuyhtiön perustamiseen menee kaksi- kolme viikkoa.

Rajavastuuyhtiön hyviä puolia ovat:

- oikeudellinen vastuu rajoittuu osakepääomaan
- henkilökohtainen omaisuus ei ole sidottu oikeudelliseen vastuuseen yhtiöstä

Rajavastuuyhtiön huonoja puolia ovat:

- alussa vaadittavan pääoman määrä
- perustamismuodollisuuksien kesto
- toimitusjohtajan suuri vastuu

Pienosakeyhtiö tai -rajavastuuyhtiö on suhteellisen uusi yritysmuoto Saksassa, joka on ollut voimassa 1.11.2008 tapahtuneesta GmbH- lainmuutoksesta (GmbHG § 5a) lähtien. Sen perustamiseen riittää yhden euron alkupääoma. Muut perustamiskustannukset ovat noin 300 euron luokkaa. Kompensoidakseen pientä osakepääomaansa pienrajavastuuyhtiön on säästettävä 25 % vuotuisesta tuotostaan, kunnes sitä on kertynyt rajavastuuyhtiön minipääoman verran eli yli 25 000 euroa. Sen jälkeen tuo pääoma muutetaan osakkeiksi ja pienrajavastuuyhtiö normaaliksi rajavastuuyhtiöksi.

Pienrajavastuuyhtiön hyvät puolet:

- pieni vaadittava alkupääoma (yksi euro)
- pienehköt perustamiskustannukset (noin 300 euroa)

Huonoja puolia ovat:

- tuottojen säästövaatimus (kaikkea ei voi investoida kasvuun)

(Private Limited Liability Company, Hintergrund der UG (haftungsbeschränkt))

Osakeyhtiö (*Aktiengesellschaft, AG*) on Saksan yhtiömuodoista suurin. Se on sopiva suurille yrityksille, koska alkupääoman tarve lain mukaan on peräti 50 000 euroa, yhden osakkeen nimellisarvon on oltava vähintään euron verran. Osakeyhtiöstä on Saksan osakelaissa (*Aktiengesetz*) säädetty myös, että osakeyhtiöön on perustettava hallintoneuvosto (*Aufsichtsrat*) ja johtokunta (*Vorstand*). (§ 1-3 AktG). *Vorstand* tekee päätökset liiketoiminnan operaatioista ja hoitaa muita juoksevia toimintoja. *Aufsichtsrat* on AG-osakeyhtiön vaikutusvaltaisin toimielin, se perustaa *Vorstandin*, neuvoo ja kontrolloi sitä.

Yritysmuotona osakeyhtiö mahdollistaa pääoman keräämisen markkinoilta esimerkiksi listautumalla pörssiin. Osakeyhtiömuoto ei ole kaikista helpoin aloittavalle yritykselle suuren vaadittavan pääoman takia. Sen sijaan se voi olla luonnollinen siirtymä yrityksen kasvaessa.

Osakeyhtiön on lain mukaan julkaistava vuosittain tulos- ja taselaskelmansa vuosiraportissaan tarkkojen tietojen kanssa. Ne ovat kaupparekisterissä kenen tahansa saatavilla.

Osakeyhtiön hyvät puolet:

- mahdollisuus kerätä pääoma sijoittajilta osakemarkkinoilla (pörssiin listautumalla)
- taloudellinen vastuu on sidottu osakepääomaan, ei henkilökohtaiseen omaisuuteen

Osakeyhtiön huonot puolet:

- suuret perustamiskustannukset (alkupääoma)
- monimutkainen päätöksenteko
- lakisääteiset velvollisuudet laajoja

(Hautala, 2002, Aktiengesetz)

3.2 Henkilöyhtiöt

Yhtiömuoto	Oikeudellinen vastuu	Vähimmäis-pääoma	Vähimmäis-henkilömäärä	Perustamis-muodolli-suudet
Henkilöstöyritys (<i>Gesellschaft bürgerlichen Rechts, GbR</i>)	Henkilökohtainen omaisuus	Ei	2	Matalat
Avoin yhtiö (<i>Offene Handelsgesellschaft, oHG</i>)	Henkilökohtainen omaisuus	Ei	2	Keskinkertaiset
Kommandiitti-yhtiö (<i>Kommanditgesellschaft, KG</i>)	Hiljainen yhtiömies: osakkeisiin sidottu pääoma Yleinen yhtiömies: Henkilökohtainen omaisuus	Ei	2	Keskinkertaiset
Yhteisyritys (<i>GmbH & Co. KG</i>)	Hiljainen yhtiömies/ yhtiömiehet: osakepääomaan rajoitettu Yleinen yhtiömies: GmbH, omaan osakepääomaan rajoitettu	Ei	Vähintään 1 osakas yleinen yhtiömies rajavastuuyhtiöstä (GmbH) ja hiljainen yhtiömies (KG)	Melko korkeat

KUVIO 4 Henkilöyhtiöt Saksassa

Henkilöstöyritys (*Gesellschaft bürgerlichen Rechts, GbR*) tunnetaan myös nimellä *BGB-Gesellschaft*. Se on yritysmuotona joustava, koska se voi olla sekä kahden tai useamman yhteistyössä perustama yritys. Jäsenet voivat olla sekä luonnollisia

oikeushenkilöitä (eli yksityishenkilöitä) tai oikeushenkilöitä (kuten yrityksiä). Myös osuuskunnat, ulkomaiset yhtiöt (esimerkiksi Limited-muotoiset osakeyhtiöt) ja yhdistykset voivat keskenään perustaa GbR-yrityksen.

Yksityisyrittäjien perustamiseen ei vaadita vähimmäispääomaa. Sen perustamisesta on suositeltavaa tehdä kirjallinen sopimus, jossa määritellään seuraavat asiat:

- yhteinen sitoutuminen liiketoimintaan
- yritystoiminnan kesto
- yrityksen johto ja edustaja(t)
- yleiset kokous- ja päätöksentekokäytännöt
- voiton ja tappion jako jäsenten kesken
- jäsenen liiketoiminnasta irtautuminen
- toiminta liikekumppanin kuolemantapauksessa
- yrityksen lakkauttaminen ja konkurssimenettely

Avoin yhtiö (*Offene Handelsgesellschaft, oHG*) on yksi yhtiömuodoista, joissa on taustalla kahden tai useamman henkilön kumppanuus. Avoimessa yhtiössä yhtiökumppanit ovat kaikki sidottuja henkilökohtaisella omaisuudellaan taloudelliseen vastuuseen yrityksestä. Perustettaessa avoin yhtiö kannattaa sopimukseen kirjoittaa, mikäli voitto jaetaan eri tavalla kuin Saksan kauppalaissa *Handelsgesetzbuchissa (HGB)*.

Kommandiittiyhtiössä (*Kommanditgesellschaft*) on vähintään kaksi jäsentä, joista yksi on hiljainen yhtiömies, joka on vain osakkeisiin sidotulla pääomalla vastuussa yrityksestä, mutta hänellä ei ole päätösvaltaa. Yleinen yhtiömies taas on henkilökohtaisesti vastuussa koko omaisuudellaan yrityksen toiminnasta. Kommandiittiyhtiön hyviä puolia ovat hiljaisen yhtiömiehen rajattu vastuu yrityksen taloudesta, kun taas huonoihin puoliin kuuluu se, että hänellä ei ole päätösvaltaa.

Yhteisyritys on hybridiyritys, esimerkiksi GmbH- muotoisen rajavastuuyhtiön ja avoimen yhtiön välinen KG- kommandiittiyhtiö, jossa GmbH- yhtiön osakas toimii yleisenä yhtiömiehenä ja avoimen yhtiön osakas/ osakkaat hiljaisena tai hiljaisina yhtiömiehenä tai -miehinä. GmbH-yhtiöstä tuleva yleinen yhtiömies on taloudellisesti vastuussa omaan osakepääomaansa rajoitetusti ja avoimen yhtiön hiljaiset yhtiömiehet osakepääomallaan. Yhteisyritys on sopiva yritysmuoto keskisuurille yrityksille tai perheyriksille. Sen etuna on se, että yrittäjän taloudellinen vastuu on rajoitettu osakepääomaan ja päätöksenteon joustavuus on suurempi kuin osakeyhtiössä. Sen ongelmana on se, että kaksi eri yhtiötä pitää perustaa tai olla perustettu, joista GmbH ensin. Yhteisyrityksen perustamiskustannukset vaihtelevat riippuen halutusta osakepääomasta, rekisteröintikustannukset ovat noin 400 euroa.

Yhteisyrityksen edut:

- taloudellinen vastuu on rajoitettu osakepääomiin
- päätöksenteko on osakeyhtiötä joustavampaa

Yhteisyrityksen haitat:

- kaksi eri yritystä pitää perustaa tai olla perustettu
- perustamiskustannukset ovat melko korkeat

(Förderung Unternehmensgründung, Germany Trade&Invest – Corporate Partnership (GmbH& Co. KG), Offene Handelsgesellschaft (OHG) - Gründerleitfaden)

4.YRITYKSEN PERUSTAMISESTA

Yrityksen suunnitellessa yrityksen perustamista Saksaan on asiantuntija-apua saatavana esimerkiksi Suomalais-Saksalaisesta Kauppakamarista, Finprolta ja erilaisilta konsulttiyrityksiltä, jotka tarjoavat vero- ja kirjanpitoasioihin sekä juridiikkaan liittyviä palveluita kuten sekä markkinointiin liittyviä palveluita kuten markkinatutkimuksia,

tilastoja etabloitumisneuvoja, esimerkiksi messuille osallistumista. (Suomalais-Saksalainen Kauppakamari, Finpro)

”Pohjoismaisen yrityksen tie Saksan markkinoille käy tavallisesti messuvierailuiden ja mahdollisen kauppaa- tai pääedustajayhteistyön kautta. Kun liiketoiminta alkaa Saksassa sujua tullaan pian tilanteeseen, jossa on järkevää perustaa Saksaan oma toimipiste.” (Knorre, 2009)

Messujen avulla voidaan tutustua uusiin markkinoihin ja arvioida paikallista kilpailutilannetta. Messut ovat myös hyvä keino tiedon hankkimiseen alan kehityksestä, ja trendeistä. Niissä voi myös vaihtaa kokemuksia ja luoda henkilökohtaisia kontakteja ”Messut ovat myös keino asiakaspalautteen saamiseksi, yrityksen tunnettuuden ja imagon parantamiseksi.” (Yritystoiminnan ABC)

Saksassa järjestetään paljon eri alan messuja, pelkästään vuoden 2010 aikana siellä tullaan järjestämään 157 kansainvälistä messua. Saksan messujärjestäjien keskusliitto on AUMA. Suurimpia messukeskuksia messualueiden pinta-alalla mitattuna ovat suurimmasta lähtien Hannover, Frankfurt, Köln, Düsseldorf, München ja Berliini. Hannoverin messuista merkittävimpiä ovat monialainen Hannover Messe ja ICT- alan CeBit-messut. Katrium Oüta ajatellen yksi mielenkiintoinen messutapahtuma on Düsseldorfissa järjestettävä PSI - The Leading European Trade Fair for Advertising Specialties- messu. Se keskittyy markkinointialalla toimiviin yrityksiin ja vuonna 2008 yli 50 % sen kävijöistä oli alle kymmenen henkeä työllistäviä pk-yrityksiä. Messuilla on käynyt noin 19 000 kävijää joka vuosi viimeisen kolmen vuoden aikana. Tapahtuma järjestetään seuraavan kerran 12.1 - 14.1.2011.

(Suomalais-Saksalainen Kauppakamari, AUMA, PSI)

Yleisesti yrityksen perustamiseen kuuluvat seuraavat vaiheet:

1. Hyvä liikeidea
2. Alustava liiketoimintasuunnitelma
3. Rahoituksen järjestäminen
4. Yritysmuodon ja toiminimen valinta

5. Yritystoiminnan luvanvaraisuuden selvittäminen
6. Perusilmoitus kaupparekisteriin ja veroviranomaisille
7. Lakisääteiset vakuutukset
8. Kirjanpidon järjestäminen

Liiketoimintasuunnitelmassa pohditaan omia ja liikeidean vahvuuksia ja heikkouksia sekä tarjottavan tuotteen tai palvelun ominaisuuksia. Pitää miettiä, ketkä ovat asiakkaita ja mitä toiveita heillä on. On myös hyvä tiedostaa, ketkä ovat kilpailijoita ja minkälaisia heidän tuotteensa ja toimintatapansa ovat.

(Infopankki – Yrityksen perustaminen, Liiketoimintasuunnitelma)

4.1 Kilpailutilanteen kartoittaminen

Katrium Oün lisäksi muiden liiketoimintaansa Saksaan laajentamaan aikovien suomalaisten omistamien markkinatutkimus- ja konsultointialan yritysten löytäminen koettiin vaikeaksi johtuen niiden vaikean löytymisen takia. Sen sijaan yrityksiä tai yhdistyksiä Saksassa, jotka tarjoavat jo osin samoja palveluita konsultoinnin saralla, mutta eivät välttämättä tee markkinatutkimuksia tai muita ulkoistamispalveluita, löytyy.

Esimerkiksi Finprolla (Finpro ry.) on toimisto Münchenissä, Suomalais-Saksalaisella Kauppakamarilla on kiltoja Berliinissä, Frankfurt am Mainissa, Hampurissa, Münchenissa ja Nordrhein-Westfalenissa (Finpro, Ulkoasiainministeriö)

Saksassa toimivista yrityksistä on laaja rekisteri maan kaupparekisterissä Handelsregisterissä, jonka internetsivuilta löytyy hakukone, jossa voi etsiä eri hakusanoilla yrityksiä eri kaupungeista Saksassa. Esimerkiksi hakusanoilla marketing ja consulting löytyy yhteensä 35 molemmat hakusanat sisältävää toimivaa yritystä Hampurissa. Osa tiedoista ja asiakirjoista on maksullisia. (Handelsregister)

4.2 Yrityksen perustamispaikan valinta

Yrityksen perustamispaikkaan liittyvä olennainen problematiikka tulee perustamispaikan valinnassa. Jerome E. McCarthy markkinoinnin 4P-kategoriassa (*product, price, place, promotion*) *place* eli paikka ratkaisee pitkälti sen, miten tuote tai palvelu saadaan asiakkaan luo. Yrityksen perustamispaikka voi vaikuttaa moniin asioihin kuten verotukseen, kilpailutilanteeseen ja menestysmahdollisuuksiin, toisaalta toisin päin, nämä asiat pitäisi ottaa huomioon yritystä perustettaessa. (Choosing a location for you business) Yleisesti kustannustaso on monissa Saksan suurimmissa kaupungeissa Helsinkiä alempi. (City Mayors)

4.3 Yrityksen perustamisvaiheet ja kustannukset

Yritystä perustaessa se on ensin rekisteröitävä paikallisessa kauppakamarissa, sen jälkeen kahdessa eri verotoimistossa, elinkeinotoimistossa (*Gewerbsteueramt*) ja paikallisessa verotoimistossa (*Finanzamt*).

Vaihe	Toimenpide	Kesto	Hinta
1	Yrityksen nimen rekisteröinti paikalliselle kauppakamarille	1 päivä	veloitukseton
2	Notaari todistaa yhtiöjärjestyksen ja perustamiskirjan laillisiksi	1 päivä	1 014,00 €
3	Pankkitilin avaus	1 päivä	veloitukseton
4	Julkinen notaari arkistoi yhtiön perustuskirjat paikalliseen kaupparekisteriin, säilytys paikallisessa oikeusistuimessa	10 päivää	403,50 €
5	Tiedotus paikalliseen ja yrityksen perustamisstandardeista	3 päivää	31,00 €
6	Rekisteröinti alalle sopivaan ammattiliittoon	1 päivä*	veloitukseton
7	Ilmoitus paikalliselle työvoimatoimistolle yrityksen perustamisesta	1 päivä*	veloitukseton
8	Työntekijöiden rekisteröinti sosiaali- ja terveysturvaan	1 päivä*	veloitukseton

9	Vahvistuksen lähetys verovirastoon	1 päivä*	veloitukseton
---	------------------------------------	----------	---------------

TAULUKKO 1

GmbH- yrityksen perustamisesta esimerkiksi Berliinissä Saksassa aiheutuvat kustannukset (Doing Business – Measuring business regulations)

*Yhdessä vaiheen 5 kanssa

Notaarin yhtiöjärjestyksen ja yrityksen perustamiskirjasta aiheutuvat kustannukset ovat riippuvaisia yrityksen osakkeiden arvosta. Esimerkissä perusmaksu on 1014 euroa, joka saattaa nousta riippuen yrityksen arvosta. Laskukaava on seuraava:

1000 Euroon saakka, maksu on 10 euroa

1000- 5000 euron arvoisilla, maksu on 8 euroa jokaista tuhatta (1000) euroa kohden

5000- 50 000 euron välillä, maksu on 6 euroa, jokaiselta 3000 euroelta

50 000- 5 000 000 euroolta, maksu on 15 euroa jokaista kymmentä tuhatta (10 000) euroa kohden

(Doing Business – Measuring business regulations)

Ilmoitettaessa yritys kaupparekisteriin sähköisessä muodossa tarvitaan seuraavia asiakirjoja: notaarin hyväksymä yhtiöjärjestys, johtajien nimityskirja (jollei ole yhtiöjärjestyksessä), lista yrityksen osakkeenomistajista sekä todistus lainmukaisen vähimmäispääoman maksusta. Yrityksen rekisteröintihakemus kaupparekisteriin pitää olla notaarin hyväksymä ja maksettu. Niihin sisältyy 19 % arvonlisävero. Kuitenkin mikäli yrityksen rekisteröintihakemus on samaan aikaan yrityksen perustuskirjojen kanssa notaarin käsiteltävänä, rekisteröintihakemuksesta ei oteta lisämaksua.

(Legal Form)

4.4 Muuta huomioitavaa

4.4.1 Työnantajan vastuut

Työntekijät tulee vakuuttaa työtaturmien varalta työtaturmavakuutuksin (*Berufgenossenschaft*).

Saksan sosiaaliturvan mukaan työnantajan on järjestettävä työterveyshuolto. Apua ja neuvontaa siinä voi saada oman alan ammattiliitolta. Työterveyslääkäri suorittaa seulontoja ja neuvoo yrittäjiä terveyteen liittyvissä asioissa. Käytettäessä ulkoisia työterveyspalveluita, työnantajan on varmistuttava, että palveluntarjoajalla on todistus yrityksen laadunvarmistuksesta työterveyshuollon alalla. BG- määräyksissä on lueteltu vähimmäistuntimäärät työterveyslääkärin käytölle. Jos yrityksessä on yli 20 työntekijää, niin työnantajan tulee järjestää turvallisuusjohtaja kirjallisella nimityksellä. Silloin pitää myös perustaa työsuojelutoimikunta kuten Suomessakin. Siihen kuuluvat: työnantaja tai työnjohtaja, kaksi neuvoston jäsentä, turvallisuuden asiantuntija, työterveyslääkäri ja työsuojeluvaltuutettu.



KUVIO 4 Saksan sosiaaliturva (DGUV)

Saksassa, kuten Suomessakaan, ei ole lailla säädettyä minimipalkkaa. Sen sijaan ammattiliitot saattavat olla neuvotelleet omien alojensa työehtosopimuksiin vähimmäispalkat riippuen työtehtävästä, työajasta ja työkokemuksesta. Toisaalta sitovia työehtosopimuksia on todennäköisesti vähemmän kuin Suomessa, koska

ammattiliittoihin kuuluminen on Saksassa harvinaisempaa kuin Suomessa. Järjestäytymisaste Saksassa on matala, noin 20 %, ja se kattaa noin 6 miljoonaa työntekijää. Lisäksi työpaikkakohtainen sopiminen on yleisempää. (Työaikaryhmän matkaraportti, 2009)

Mediaanipalkka vaihtelee eri puolilla Saksaa, esimerkiksi Berliinissä se on 42 546 € ja Düsseldorfissa 52 278 €. (Pay Scale, Minimum wages in Europe) Viittellinen toimistoharjoittelijan työehtosopimuksen mukainen kuukausipalkka Saksassa on 1683 – 2048 euroa 38-tuntisella työviikolla energia-alalla ja julkisilla puolella 39-tuntisella työviikolla lähinnä mekaanisessa toiminnassa 1589 – 1982 euroa. Sen sijaan Katrium Oün markkinatutkimus- ja konsultointitehtäviä vastaavaa ammattinimikettä ei löydy työehtosopimusalojen listalta. (Hans Böckler Stiftung, n.d)

4.4.2 Kirjanpito ja verotus

Saksassa kirjanpitoasiakirjoja (esimerkiksi laskuja, tositteita, inventaariolistoja) tulee säilyttää 10 vuotta. Ammatinharjoittajat ja käsityöläiset voivat pitää yksinkertaista kirjanpitoa nettotuloperiaatteella, pitämällä kassapäiväkirjaa tuloista ja menoista verolain edellyttämällä tavalla. Saksan lain kauppakaari velvoittaa kaikki elinkeinonharjoittajat kaksinkertaiseen kirjanpitoon, jos liikevaihto ylittää 500 000 euroa tai liikevoitto 50 000 euroa vuodessa. (European Commission)

Rajoittamattoman vastuun yhtiöiden ja osittaisten osakeyhtiöiden (Einzelkaufleute, OHG, KG) on laadittava seuraavat kirjanpidon asiakirjat:

- Tase (*Bilanz*) EU: n direktiivin muodossa, mukautettuna Saksan lakiin
- Tuloslaskelma (*Gewinn- und Verlustrechnung*)

Osakeyhtiöiden (GmbH ja AG) on lisättävä mukaan kaksi seuraavaa asiakirjaa:

- Tilinpäätöksen liitetiedot (*Anhang*)
- Vuosikertomus (*Lagebericht*)

Kassavirtataulukko tai rahavirtalaskelma ei ole pakollinen, paitsi listattujen yhtiöiden pörssissä. (Emporiki Bank)

Huomionarvoisia veroja ovat muun muassa:

- Ansiotulovero (*Lohnsteuer*)
- Pääomatulovero (*Einkommensteuer*)
- Elinkeinovero (*Gewerbesteuer*)
- Yritysvero (*Körperschaftsteuer*)
- Arvonlisävero (*Mehrwertsteuer, Umsatz- tai Vorsteuer*)
- Solidaarisuusvero (*Solidaritätszuschlag*)

Verojen määrä riippuu esimerkiksi liikevaihdosta, yrityksen toimialasta, myytävistä tuotteista tai palveluista, kuten esimerkiksi arvonlisävero. Yleinen arvonlisävero Saksassa on 19 %, esimerkiksi kulutustavaroille ja palveluille, sen sijaan kirjoilla, elintarvikkeilla ja maataloustuotteilla on alennettu 7 % arvonlisävero. Tulovero on Saksassa kuten Suomessakin progressiivinen, eli mitä enemmän tuloja, sitä enemmän veroja.

Ansiotuloveron alaraja Saksassa on 7 834 euroa vuodessa, avioparilla 15 668 euroa. Tulovero (*Lohnsteuer*) on 15- 45 % ansiotuloista, se on lähdevero, jonka työnantaja maksaa suoraan verotoimistolle (*Finanzamt*). Tuloveron määrästä on ladattavissa verotaulukoita internetistä tulo- ja verosuunnittelua varten, esimerkiksi hyvä sivu on www.steuerlinks.de. Pääomatulovero (*Einkommensteuer*) verotetaan esimerkiksi vuokratuloista tai sijoituksista.

Solidaarisuusveroa kerätään entisen Itä-Saksan infrastruktuurin jälleenrakentamiseen, työttömyyden hoitoon. Sen määrä on 5,5 prosenttia yksilön tai yrityksen tuloverosta ja se maksetaan tuloveron yhteydessä. Sitä on kerätty vuodesta 1991 lähtien ja alennettu alkuperäisestä 7,5 prosentista.

Verojen maksupäivät vaihtelevat. *Finanzamt* tekee yksilön *Einkommensteuer*-verolaskelmat perustuen edellisen vuoden tietoihin ja etukäteismaksut (*Vorauszahlungen*) on maksettava 10. maaliskuuta, 10. kesäkuuta, 10. syyskuuta ja 10. joulukuuta. Veroilmoitus (*Einkommensteuererklärung*) tulee palauttaa aina seuraavan vuoden toukokuun loppuun mennessä.

(Starting a business in Germany, Germany V.A.T and other taxes, Steuern in Deutschland, Spiegel Online, Paying Taxes in Germany)

4.4.3 Asunto- ja toimistotilojen vuokraus

Kirjoitettaessa vuokrasopimus (*Mietvertrag*) yksityisasunnosta tai toimistotiloista Saksassa tulee ottaa huomioon maan käytänteet.

Kolmen kuukauden irtisanomisaika on tavallinen ja yleisesti käytössä Saksassa vuokrasopimuksissa. Joissain tapauksissa vuokranantaja saattaa haluta vähintään puolen vuoden, vuoden tai kahden sopimusta. Jos vuokrasopimusasiat arveluttavat, niihin kannattaa hakea asiantuntevaa apua. Vuokralaisen kannattaa liittyä paikalliseen vuokralaisten suojeluyhdistykseen (*Mieterschutz-Verein*), koska heiltä voi saada muutaman viikon jäsenyyden jälkeen taloudellista turvaa mahdollisten oikeustapausten varalta sekä suoria oikeudellisia neuvoja ja tiedotuslehtiä vuokrasopimuksista. Paikallisen yhdistyksen löytää parhaiten koko Saksan laajuisen *Deutscher Mieterbund*in kautta (DMB).

(Landlord and Tenant Lease Agreement, Germany Guide: Contracts)

4.4.4 Maksujen maksaminen

Maksuosoitus on ollut perinteisesti hallitseva maksumuoto Saksan markkinoilla, mutta viime vuosina luotto- ja pankkikorttimaksut sekä suoraveloitukset ovat lisääntyneet.

Shekin käyttö ei ole koskaan ollut Saksassa niin yleistä kuin muissa länsimaissa (esimerkiksi Yhdysvalloissa). (Payment Systems in Germany, 2003)

Maksuajat voivat vaihdella. On tavallista, että yritykset antavat 30 päivää maksuaikaa kuluttajille, mutta yritykset saattavat vaatia 2-3 % alennusta 10 päivän sisällä maksamisesta *Skontolla*. (UK Trade and Investments) Saksassa suositaan yleisesti lyhyitä alle 30 vuorokauden maksuaikoja. Cribis D&B:n länsi- ja etelä-eurooppalaisten yritysten laskujen ajallaan maksamista käsittelevän tutkimuksen mukaan vuonna 2009 83 % saksalaisista yrityksistä maksoi laskunsa ajallaan, parhaiten tutkituissa maissa. (Crif, 2010) Keskimääräinen maksuaika laskuille on 19 päivää Saksassa. (Atradius, 2010)

Saksassa on erilaisia perintä- ja velkomismuotoja. *Mahnbescheid* on yksi maksuvaatimuksen muoto, jolla velallinen Saksassa saadaan maksamaan velkansa. Se on usein edullisin tapa periä suoritus, koska palkkiot ja oikeudelliset sekä asianajajan kulut ovat riippuvaisia avoimen saatavan koosta. Valtaosa kuluista voidaan veloittaa velalliselta.

Saksassa velkaa perittäessä on yleensä parempi saada velallinen maksamaan ilman oikeudenkäyntiä, koska se voi tulla kalliiksi. *Widerspruch* on keino, jossa saksalaisen perintätoimiston pitää aloittaa oikeustoimenpiteet, jos velallinen ei suostu maksamaan velkojaan. Tämä voi tulla kuusi kertaa *Mahnbescheidia* kalliimmaksi oikeudenkäyntikulujen takia. *Vollstreckungsbescheid* on oikeuden päätös ulosotosta. Saksassa oikeusviranomaiset voivat takavarikoida kiinteistön tai henkilökohtaista omaisuutta ja ulosmitata velallisen palkan. (Perintä Saksassa) *Eidesstattliche Versicherung* on viimeinen keino, jos muut eivät toimi. Siinä velallinen veloitetaan antamaan valamutointi vakuutus omaisuudestaan velkojan hyödyksi.

5.KOKEMUKSIA SAKSAN MARKKINOILTA

5.1 Gofresh – sosiaalista mediaa maailmalle

Veljekset Jukka ja Mikko Saarelainen ovat perustaneet Müncheniin Telefonican tytäryhtiön Ioboxin toiminnan loputtua oman Gofresh-yrityksensä. Heidän itsmy.com-brändistään on kasvanut maailman suurin matkapuhelimille suunniteltu Facebookin kaltainen sosiaalinen media.

Münchenin sijainnista Baijerin osavaltion pääkaupunkina keskellä Eurooppaa he kokevat olevan hyötyä, kaupungin lentokenttä on iso ja sieltä on hyvät kulkuyhteydet. Heidän mukaansa yrityksen perustamisessa oli vaikeaa muun muassa rahoitusasiat ja ikävimpänä byrokratia. Esimerkiksi pankkitilin avaaminen on vaikeaa: pankkitili pitää olla, jotta yrityksen alkupääoman voi tallettaa ja perustaa yrityksen, mutta pankkitiliä ei voi avata, jos ei ole yritystä.

He kokevat Saksan kulttuurin suomalaista yrittäjämyönteisempänä, mutta Münchenin kaupunki ei ole heidän mukaansa niin yrittäjämyönteinen. Veljekset ovat vuokranneet kaupungilta tiloja ja työllistävät useita ihmisiä, mutta eivät ole saaneet vain kuin yhden parkkipaikan. Lisäksi Münchenin kaupungissa sekä yritysverotus että henkilöverotus ovat muuta Saksaa korkeampia ja lähiseudulla on huomattavasti keveämpi verotus. Lisäksi oikeiden teknikoiden löytäminen oli vaikeaa, mutta Saksasta löytyy heidän mukaansa media-alan laaja-alaista ja runsasta osaamista. Saarelaiset ovat saaneet apua paikalliselta kauppa- ja teollisuuskamarilta IHK:lta.

(Finnish Digibusiness, Kauppalehti 26.11.2009)

5.2 Teemahaastattelut

Haastattelut suoritettiin puhelinhaastatteluina ajalla 17.6.2010 – 2.8.2010. (ks. Liitteet) Haastateltavat valittiin satunnaisesti Saksan toimivista suomalaisyrityksistä eri aloilta etsien Googlesta sekä yritysrekistereistä esimerkiksi Inoan ja Kauppalehden sivuilta. Myös Finproon Jyväskylän ja Suomalais-Saksalaisen Kauppakamarin Helsingin toimistoihin otettiin yhteyttä puhelimitse ja sähköpostilla useamman kerran, mutta tuntui, että heillä oli koko ajan kiire. Yhteensä 36 yritykseen otettiin yhteyttä, joista kahdeksalta saatiin vastaukset tutkimukseen. Vaikeutena oli löytää hyvin vertailukelpoisia markkinointitutkimuksia ja konsultointia eli samanlaisia palveluita kuin toimeksiantaja Katrium OÜ tarjoavia haastateltavia. Yleensä tuntui, että löytyneet Saksassa toimivat suomalaisyritykset ovat pääasiassa suuria tai keskisuuria teollisuuden aloilta. Pääasiassa vastaajat toimivatkin teollisuudessa tai teollisuuden palveluissa. Mukaan saatiin myös liike-elämän palveluiden edustajia. Haastateltava 1 oli vienti- ja myyntitehtävissä koneteollisuuden alalla toimiva mies, haastateltava 2 laitevalmistusalaalla toimiva myynti- ja markkinointijohtaja Sanna Lempiäinen Erikilä Deutschlandista, haastateltava 3 teollisuus-, laiva- ja telakka-alan erikoispalveluissa toimiva johtavassa asemassa oleva mies, haastateltava 4 mittaus- ja tutkimuslaitteita valmistavan Stresstech Oy:n johtotehtävissä toimiva Lasse Suominen, haastateltava 5 maahantuontitehtävissä toimiva mies, haastateltava 6 matkailu- ja palvelualalla toimivan Suomi Travel GmbH:n johtotehtävissä toimiva Juha Haapanen. Haastateltava 7 taas on rakennusalaalla toimivan Prikatti-Haus GmbH:n suunnittelu- ja vientitehtävissä toimiva Marko Rislä. Mukaan saatiin myös markkinatutkimusalaalla toimivan miehen kirjalliset vastaukset, vastaaja 8.

Haastateltaville soitettiin ensin, kerrottiin asiasta ja kysyttiin mielenkiintoa sekä sopivaa ajankohtaa haastatteluille. Sen jälkeen heille lähetettiin sähköpostilla tietoa kysymysten sisällöstä. Haastateltavat saivat vastata joko nimellä tai nimettömänä. Yksi markkinatutkimusyrityksessä toimiva haastateltava vastasi kirjallisessa muodossa, koska koki, että hän ei kuuluisi haastattelun kohderyhmään. Hänen ja muiden haastateltavien vastaukset eivät siten ole ihan sataprosenttisesti vertailtavissa, koska suullisessa puhelinhaastatteluissa oli voitu tarkentaa kysymyksiä ja vastauksia, mutta jotain huomionarvoista lisätietoa saatiin hänen vastauksistaan.

Itse haastattelussa tuli lisäkysymyksiä liittyen esimerkiksi taloudellisiin, juridisiin, kirjanpidollisiin ja verotuksellisiin asioihin. Haastattelut nauhoitettiin ja ne kestivät yleensä noin 15- 16 minuuttia, poikkeuksena olivat haastattelu 6, joka kesti yli 40

minuuttia ollen näistä kattavin sekä hyödyllisin, koska vastaajalla oli hyviä käytännönläheisiä kokemuksia sekä haastattelu 7, joka kesti noin 30 minuuttia.

Haastateltavat eivät olleet juurikaan käyttäneet Finpron, Suomalais-Saksalaisen Kauppakamarin tai yksityisen konsulttiyhtiön palveluita kartoittaakseen kilpailua etukäteen alueella, vaan heillä oli aikaisempaa kokemusta Saksassa toimimisesta sekä tietoa alansa kilpailijoista kyseisellä markkina-alueella. Tosin haastateltava 1, 3 ja 6 olivat ottaneet osaa Finpron messuille tai tilaisuuksiin ja haastateltava 3 kertoi käyttäneensä saksalaista konsulttia henkilökunnan rekrytointiin, varsinkin toimihenkilötehtäviin. Hän suositteli paikallista, koska suomalaisella rekrytoijalla ei välttämättä ole toimintaa Saksassa. Haastateltava 3 koki, että Finpro voisi olla paras tai osaavin vaihtoehto tiedon hankkimiseen. Sen sijaan haastateltava 6 ja vastaaja 8 suhtautuivat epäilevästi Finproon. Vastaaja 8 koki Finpron osin kilpailijaksi, koska he tarjoavat osin samoja palveluita, joten hänen yrityksensä ei ole käyttänyt Finpron palveluita. Haastateltava 6 koki Suomalais-Saksalaisen kauppakamarin jäsenmaksun eräänlaisena pakollisena maksuna ja hänen mukaansa:

”--- Täällä on muitakin vaihtoehtoja kuin Finpro, että kannattaa niin kun tutkia useampi vaihtoehto. Että... en välttämättä nyt sanois, että Finpro olisi parhain.”

Haastateltava 3 ei ollut käyttänyt Finproa apuna yrityksen perustamiseen, mutta yksityistä lakiasiantoimistoa. Myös haastateltava 6 oli käyttänyt asianajajaa ja suositteli hyvää sellaista. Esimerkiksi hänen yrityksensä perustamisessa asianajaja auttoi AGB:n eli *Allgemeine Geschäftsbedingungenin* laadinnassa, joka tarkoittaa suomeksi suunnilleen yleisiä myynti- tai kauppaehtoja, joilla yritys myy asiakkaille. Lisäksi heidän yrityksen sivutoiminimen rekisteröinnissä oli ongelmia Saksan patentti- ja rekisteröintilaitoksessa, mutta asianajaja osasi auttaa siinä. Tosin käsittely vei vuoden, joten lakiasioihin kannattaa varata aikaa. Hän kertoi löytäneensä asianajajansa Fing-bisnesporttaalin kautta. Haastateltavat 4 ja 5 kokivat Finpron potentiaalisena ja osaavana apuna yrityksen perustamisasioissa, tosin he eivät ilmeisesti olleet itse käyttäneet sitä. Haastateltava 6 suositteli yhteisöjen ja internetforumien kuten esimerkiksi Suomalais-Saksalaisen Yhteisön (Deutsche-Finnische Gesellschaft tai Suomalais-Saksalainen Kauppakilta) käyttöä, koska niissä on paljon yrittäjiä ja yksityishenkilöitäkin. Erityisesti hän kehui kunniakonsulin käyttöä aloittavalle

yritykselle tiedon lähteenä, hänen mukaansa Hessenissä sellaisena toimii Suomen ja Saksan välistä kauppaa edistävä asianajajatoimiston ja useita suhteita omaava professori *Doktor Riesenkampff*.

Haastateltavat yritykset olivat valinneet eri yritysmuotoja. Haastateltavien 1, 3, 4 ja 6 yritykset olivat valinneet Suomen laissa lähinnä osakeyhtiötä vastaavan GmbH-muotoisen yritysratkaisun, koska he kokivat sen järkeväksi ja loogiseksi, kuten esimerkiksi vastaaja 1:

”No, varmaan se, kun kyseessä on nimenomaan tällainen myyntikonttori, niin GmbH: n nyt lähinnä vastaa Suomen osakeyhtiö. Et se on ehkä niinku helpoin ja tuota niinkun loogisin...”

Haastateltava 4 oli samoilla linjoilla: *”Se oli kai se järkevin, en mä nyt tiedä, tai muista siitä muuta syytä. Ei me muuta harkittukaan.”* Ratkaisua perusteltiin myös juridisin ja imagollisin syin. Haastateltavan 4 mukaan: *”No kai se oli se juridisen käytännön asioiden hoitaminen. Se syy lähinnä siinä todennäköisesti oli.”*

Haastateltavan 3 mukaan:

”-- ollaan päihkälty ja mietitty sitä ja niin paikallisten voimien kuin täällä kotimaassakin, kesken. Ja Saksassa on yrityksen helpompi tarkastaa ja päästä sisään, kun siellä nimen lopuss' on se GmbH.”

Tätä hän perusteli sillä, että GmbH mielletään ”kotimaiseksi”, jolloin rahojen koetaan jäävän kotimaahan, mikä on hyvä asia taloudellisen taantuman aikana. Lisäksi hän mainitsi verotusteknisiä syitä, jotka ovat tosin yhteydessä heidän yrityksensä toimialaan.

Haastateltava 6 koki osakeyhtiön joustavaksi yritysmuodoksi:

”Osakeyhtiö on Saksassa tuota, täällä ois kyllä toiminimi ollut ehkä mahdollista, mutta kyllä mä päädyin niin ku siihen osakeyhtiöön, ehkä sen joustavamman toiminnan takia---”

Haastateltava 6 osasi kertoa käytännöllisesti yrityksen rekisteröimismuodollisuuksista. Hänen mukaansa rekisteröitäessä GmbH- yritystä, pitää ensin tehdä *Gewerbeanmeldung* eli tavallaan hakeutua toiminimeksi, sitten on avattava yrityksen nimissä pankkitili, koska sen jälkeen on käytävä notaarilla hyväksyttämässä rekisteröinti ja yrityksen pankkitililtä maksetaan yrityksen osakepääoma aluksi. Mutta pankkitiliä ei voi vielä aluksi rekisteröidä GmbH- muotoiselle yritysnimelle vaan pitää käyttää lyhennettä ”--- *GmbH-Gründung* eli tavallaan perustettavissa oleva osakeyhtiö- --”

Haastateltavat 2 ja 5 sekä vastaaja 7 olivat päätyneet erilaisiin yritysratkaisuihin.

Haastateltavan 2 mukaan: ”*Tämä on rekisteröity niinkun muodolla*

Zweigniederlassung, ... --- *se on tavallaan niin kuin ulkomaisen yrityksen*

myyntikonttori tai sellainen.” Hän perusteli valintaa sillä, että he eivät halunneet heti alkujaan perustaa GmbH:ta sen juridisen ja hallinnollisen raskauden takia, vaan aloittaa mahdollisimman kevyellä organisaatiolla, mutta jotta he voisivat tehdä kauppoja Erikilä Deutschlandin nimellä ja rekisteröidä auton yrityksen nimiin, oli heidän perustettava *Zweigniederlassung*. Kyseinen valinta helpotti hänen mukaansa hallinnollista ja juridista puolta, koska esimerkiksi tilinpäätöksen voi tehdä kevyempänä kuin GmbH-muotoisessa yrityksessä. Lisäksi laskutus helpottuu, koska he toimivat edelleen Suomen pääkonttorin alaisuudessa ja myynti tapahtuu vielä Erikilä Nostotekniikka Oy:n nimissä. Haastateltava 5 taas toimii Suomen yhden hengen toiminimeä vastaavalla yritysmuodolla, koska hänen toimintansa on vielä niin pientä. Lisäksi hän koki sen helppona, yrityksen rekisteröinti oli hänen mukaansa nopea ja ilmoitusluontoinen asia eikä se maksanut kuin ”*muutaman kympin*”. Myöskään siinä ei tarvittu lakimiestä apuna kuten osakeyhtiön perustamisessa hänen mukaansa. Vastaaja 7 toimi *Freiberufler- muodolla*, joka on suoraan käännettynä vapaa ammatinharjoittaja. Hänen mukaansa kyseisen yritysmuodon saavat lakimiehet, lääkärit ja tietyt tutkijat. Etuna siinä on, että ”*tiettyä yritysveroa ei tarvitse maksaa*”. Sitä pitää hänen mukaansa hakea verovirastosta ja he päättävät saako sen.

Yrityksen perustamispaikan ja toimipisteen valintoihin tuntui löytävän monia erilaisia perusteluja. Haastateltavat 1 ja 6 olivat perustaneet toimipaikkansa Frankfurt am Mainin alueelle, koska se sijaitsee keskellä Saksaa ja sieltä on hyvät, lyhyet kulkuyhteydet eri puolille Saksaa, jos heidän tarvitsee tehdä asiakaskäyntejä. Haastateltavalla 1 ei ollut tietoa tai kokemusta kustannustasosta liittyen toimitilojen vuokraamiseen tai ostamiseen

Frankfurtin alueelta, haastateltavan 6 mukaan taas kustannustaso Frankfurtissa on ollut aikaisemmin korkea, joten vuokrat ja asunnot ovat kalliita siellä, mutta laman myötä tarjontaa on ollut enemmän. Tämän voi olettaa laskeneen niiden hintoja. Haastateltava 2 kertoi yrityksensä toimipaikaksi Nordrhein-Westfalenin osavaltion, tarkemmin paikkakunta on Wiel-Marienhagen. Hänen mukaansa osavaltio on Saksan väkirikkain, siellä on hyvin merkityksellistä teollisuus ja heidän asiakaskuntansa on hyvin paljolti kyseiseltä alueelta. Lisäksi heidän yhteistyökumppaninsa on alueella ja sitä kautta he löysivät edulliset toimitilat. Haastateltavan 4 yritys on perustettu Höhniin, maaseutupaikkakunnalle Westfalenissa ”*suunnilleen Frankfurtin ja Kölnin puolessavälissä*”. Alueen etuihin kuuluu edullinen kustannustaso, mutta työvoiman saatavuudessa on haasteita, koska paikkakunta on syrjäinen. Haastateltava 7 oli perustanut yrityksen Darmstadtin, 30 kilometriä Frankfurtista etelään päin Hesseniin. Paikan valinta sattui sitä kautta, että hän oli aikoinaan opiskellut siellä, joten se ei ollut strateginen valinta. Toisaalta hän koki sijainnin hyväksi, lähellä Frankfurtia, Mainzia ja Wiesbadenia. Hänen mukaansa itse Darmstadtissa on 130- 140 000 asukasta, mutta Hessenissä 8 miljoonaa, joten potentiaalisia asiakkaita löytyy sieltä. Lisäksi alueella on paljon opiskelijoita ja eurooppalaisia tiedekeskuksia. Vastaaja 8 on perustanut yrityksensä Kleveen Alareinin alueella, Nordrhein- Westfalenissa, lähellä Hollannin rajaa. Haastateltava 6 sanoi Saksassa toimitilojen etsimiseen hyviksi lähteiksi Internetissä sivustot kuten www.immowelt.de ja www.immobilienscout24.com – oli sitten kyseessä vuokrattavat tai ostettavat tilat. Lisäksi hänen mukaansa kaupungilla näkee ilmoituksia niistä yhteystietoineen. Haastateltava 3 taas koki, että parhaiten toimipaikan löytäisi ottamalla yhteyttä paikallisiin kiinteistönvälittäjiin ja esittämällä reunaehdot (esimerkiksi maksimihinta ja toivottu sijainti). Haastateltava 7 taas koki toimistohotellin käytön hyvänä vaihtoehtona, koska siinä riittää vuokran maksu, joten alussa ei tarvi sitoa pääomaa pitkäksi aikaa ostamalla toimitiloja; lisäksi kalusteet ja tekniikka ovat saatavissa valmiina. Toimistohotellin on hänen mukaansa myös joustava ratkaisu, koska sopimus on irtisanottavissa nopeammin kuin yksityisellä tehty vuokrasopimus, jossa voi olla vuoden tai kahden vähimmäiskesto.

Liittyen kirjanpito- ja verotusasioihin monet vastaajat mainitsivat veroneuvojan käyttämisen tärkeänä yritystoiminnan kannalta Saksassa. Haastateltavan 6 mukaan: ”--**ehdottomasti** täytyy olla... täytyy olla tuota hyvä veroneuvoja---”, koska hänen mukaansa Saksan arvonlisäverotuskäytännöt ovat vaikeita ja jos tulee jokin arvonlisäveron tarkistus, jossa huomataan sen olevan väärin tehty, niin kyseessä on

kriittinen paikka. Arvonlisäverotuksen haasteista hän mainitsee esimerkkinä lomakkeiden täytön. Siinä se, onko asiakas yritys vai yksityinen henkilö, vaikuttaa siihen mikä useammasta kohdasta pitää merkitä ja se vaatii harkintaa. Hänen mukaansa hyvän veroneuvojan on tunnettava toimialaa ja oltava perillä lainsäädännöstä, joka muuttuu Saksassa koko ajan, jopa yhden vuoden sisällä. Haastateltavan 2 mukaan:

”Hallinnollisissa ja tällaisissa byrokraattisissa haasteissa täällä pitää ihan ehdottomasti olla tällainen veroneuvoja käytettävissä, eli veroneuvoja, joka hoitaa tän saksalaisen niin kuin yrityksen perustamis- ja tän hallinnointibyrokraatian.”

Kysyttäessä veroneuvojan käytöstä haastateltavan 4 mukaan:

*”Tottakai, se on, Saksassahan se on käytännössä pakko. Että meillähän on kirjanpitäjä, joka on samalla veroneuvoja, **Steuerberater**, ---, joka on käytännössä pakko olla Saksassa.”*

Myös haastateltavan 5 mukaan hyvä veroneuvoja on hyvä olla jo alussa. Mistä sitten hyvän veroneuvojan tavoittaa? Haastateltavan 2 mukaan veroneuvojilla on oma ammattikuntansa Saksassa ja heitä löytyy joka korttelista. Hän kertoo heidän löytäneen hyvän veroneuvojan suhteilla ja Internetin kautta, kertoen tämän olevan suomalainen nainen, *”--- joka on ollut meille suunnaton apu siinä suhteessa, että tuntee sekä Suomen lainsäädännön että Saksan yritys juridiikan.”* Pitääkö veroneuvojan osata sekä Saksan että Suomen lainsäädäntöä vai riittääkö, että hän osaa Saksan lainsäädäntöä? Tämä riippuu näkökulmasta. Haastateltavan 5 mukaan: *”Riittää, että osaa Saksan, koska heillä on niin paljon viennin kanssa yhteistyötä, tekemistä.”* Haastateltavan 6 mukaan riittää myös, että veroneuvoja osaa Saksan lainsäädännön. Haastateltavan 2 näkemyksen voi ymmärtää, koska heidän yrityksellään on toimintaa myös Suomessa. Haastateltava 6 pohti myös sitä, että jos perustaisi tytäryhtiön Suomeen, niin silloin veroneuvojan olisi hyvä osata myös Suomen lainsäädäntöä. Haastateltava 7 mukaan myös asiansa osaava asianajaja, kirjanpitäjä ja veroneuvoja ovat tärkeitä heti alussa yritystä perustettaessa, jotta välttyään karikoilta. Hänen mukaansa usein laki- ja veroneuvontapalveluita löytyy saman katon alta lakitoimistoista, kuten he ovat löytäneet. Hänkin oli sitä mieltä, että veroneuvoja tuntee paremmin alati muuttuvan verotuslainsäädännön kuin tavallinen ihminen.

Pankki- ja maksuliikenteestä haastateltava 3 sanoi haasteeksi sen, että laskutettaessa saksalaisia yrityksiä, laskuissa on harvemmin BIC- ja IBAN- koodeja, jotka ovat hänen mukaansa olleet Suomessa arkipäivää jo vuosia, tarkemmin: *”Niit’ ei oo mihinkään laskukaavakkeisiin valmiiksi printattuna - melkein joka kerta ne saa pyytää.”*

Lisäksi hänen kokemuksensa mukaan saksalaiset yritykset maksavat laskunsa monesti suomalaisia hitaammin, esimerkiksi 14 päivää netto- ehdolla laskunsa maksaa ajoissa noin 80 % suomalaisista yrityksistä, mutta Saksassa saattaa kestää kuukausikin kyseisessä tapauksessa. Haastateltava 5 taas koki saksalaisen yrityksen maksavan laskunsa hyvin, tosin joskus on kestänyt pidempään. Hänen mukaansa Saksassakin on normaali muistutuskäytäntö eli yritykset eivät esimerkiksi heti katkaise sähkön tai tavarantoimittajan tuloa, mutta hän tuumi, että niin saatetaan toimia, jos laskut ovat erääntyneet. Haastateltava 3 kehotti muistamaan, että Saksassa kannattaa kiinnittää huomiota sopimusten selkeyteen ja kirjallisuuteen, koska kaikki eivät ole siellä niin rehellisiä kuin Suomessa, jotta muistaisivat puhelimesta sovitut asiat.

Kysyttäessä muista haasteista monet haastateltavat mainitsivat kilpailun, joka on Saksassa kovaa. Lisäksi heidän mukaansa saksalainen asiakas on vaativa, ehkä konservatiivinenkin ja ostaa mieluummin kotimaisen yrityksen tuotteita tai palveluita. Haastateltavan 6 mukaan *”--- saksalainen asiakas haluaa aika paljon informaatiota”* ja hyvää asiakaspalvelua, esimerkiksi puhelimesta ei voi vastata epämääräisesti tai tietämättömästi. Lisäksi hän totesi alallaan olevan epärehellisiä kilpailijoita, jotka jättävät esimerkiksi tietyt vakuutukset säästösyistä hankkimatta.

Haastateltavan 2 mukaan: *” Saksassa saksalainen asiakas on edelleen tänä päivänä hyvin niin kun, ostaa mielellään saksalaista tuotetta.”* Myös haastateltava 4 oli samoilla linjoilla: *”--- ehkä se kotipaikkarakkaus toimittajavalintojen suhteen saattaa olla yks asia.”* Lisäksi hänen mukaansa maa on hyvin konservatiivinen ja uuden teknologian sisäänajo on työlästä. Haastateltavan numero 1 mukaan yritystoiminnan aloittamiskustannukset ovat haaste:

”--- kansainvälistyminen ja viennin aloittaminen maksaa rahaa --- ja siihen on oltava valmis sitten investoimaan, jos tällainen yritys sitten pyrkii Saksan markkinoille.”

Haastateltavan 6 mukaan verkoston luominen Saksassa voi viedä kaksi kolme vuotta, joten myös yritystoiminnan vakiinnuttamisen kesto on haaste. Mahdollisuuksina Saksan markkinoilla haastateltava 1 piti sitä, että se on iso markkina-alue, jolla asuu 80 miljoonaa ihmistä. Lisäksi hänen mukaansa ” --- suomalaisilla tuotteilla on niinku tällainen hyvä maine ja positiivinen kaiku. ” Haastateltavan 2 mukaan pienenkin markkinaosuuden saaminen kilpailijalta Saksassa tietää valtavaa kasvua suomalaiselle pk-yritykselle. Myös haastateltavan 3 mielestä Saksassa riittää markkinoita.

Miten sitten yrityksen kannattaisi lähteä kartoittamaan mahdollisuuksia Saksan markkinoilla? Haastateltavan 1 mukaan ihan aluksi kannattaa hankkia tietoa Suomalais-Saksalaisesta Kauppakamarista, Finprosta tai muista järjestöistä, miksei Saksan suurlähetystöstäkin. Hänen mukaansa niillä on myös kontakteja, joiden avulla toimistoja tai varastorakennuksia pystytään vuokraamaan. Lisäksi hänen mukaansa kannattaa määritellä omat tarpeensa eli tutkia mistä päin Saksaa kannattaisi lähteä hakemaan toimipaikkaa ottaen huomioon omiin tuotteensa ja kustannustasoon, jota hakee (esimerkiksi vuokrat) sekä budjetoida sitä varten. Haastateltava 2 mukaan Finprolta ja Suomalais-Saksalaiselta Kauppakamarilta saa apua Saksaan etabloitumisesta ja lisäksi hän mukaansa kannattaisi käyttää ehdottomasti muita referenssejä eli:

” --- ottaa yhteyttä muihin suomalaisiin firmoihin, jotka ovat jo Saksassa ja kysyä heiltä niinkun vinkkiä --- Joo, tällainen benchmarkkaaminen on aina semmoinen, että tuo hyvin paljon... ”

Ihan ensimmäisenä hänen mukaansa pitäisi selvittää:

”--- yrityksen perustamisbyrokratia ja mitä se oikein tuo oikeesti hallinnollisesti, --- mitkä ovat Saksan valtion vaatimukset siitä, että perustetaan yritys. ”

Lisäksi hänen mukaansa kannattaa huomioida erot eri osavaltioiden lakien välillä, koska ne vaikuttavat yrityksen perustamiseen. Myös haastateltavan numero 6 mukaan Saksassa on ”--- tietysti alueellisia eroja ihmisten välillä niin ku Suomessakin.” Yleissääntöinä hän pitää sitä, että saksalainen haluaa ystävällisempää palvelua ja sukunimellä puhuttelu sekä muut muodollisuudet ovat tärkeitä.

Haastateltava 2 kehotti huomioimaan markkinatutkimukset kartoituksessa. Useat haastateltavat kokivat messujen käytön hyödyllisenä tapana tutustua alansa kilpailuun Saksassa, tosin ne koettiin alakohtaisina eli niiden hyöty riippuu toimialasta.

Haastateltava 7 varoitti, että messuille osallistuttaessa pitää olla valmiutta ottaa vastaan uusia potentiaalisia asiakkaita. Osallistuttuaan Münchenin ja Berliinin valtakunnallisille messuille he saivat 30- 40 kiinnostunutta henkilöä vastaan, mutta heillä ei ollut vielä valmiutta hoitaa kaikkia, koska niin moni ihminen edellyttäisi jo paikan päällä olevaa edustusta, koska on liian riski lähteä pitkästä matkasta jokaisen luo erikseen epävarmojen kauppohenkilöiden takia. Hän koki sen olleen virhe. Myös haastateltava 6 kertoi tarkkaan ja huolellisesti tehtyjen todenmukaisten mainosmateriaalien (esitteet, Internet-sivut) olevan tärkeitä, jotta vältetään reklamaatioilta sekä kääntämään tai käännettämään ne hyvin, tarkistuttaen paikallisella. He kääntävät materiaalinsa itse, koska suomalaiset kääntäjät eivät osaa tarpeeksi hyvin heidän alansa sanastoa. Myös haastateltava 3 suositteli markkinatutkimusta ”*paikallisen yhteistyökumppanin todennäköisesti tai Finpron kanssa*” kartoitukseen. Hän kehotti pitämään myös realismin mukana ja lähteä ”--- nöyrällä mielellä, --- eikä henkseleitä paukutellen.” Hänen mukaansa jokaisen on lunastettava paikkansa pienin askelin, hyvällä työllä tai tuotteella, asenteella ja markkinoinnilla.

6. PÄÄTELMÄT

Haastateltavat yritykset toimivat eri toimialoilla, ovat erikokoisia ja -ikäisiä, joten on luonnollista, että ne ovat valinneet erilaisia yritysmuotoja ja toimintatapoja. Kaikkien kokemukset eivät liene suoraan verrannollisia Katrium Oin toimialaan, mutta haastatteluista saatiin hyviä käytännön vinkkejä yritystoiminnan aloittamiseen Saksassa.

Ensin pitäisi tehdä mielestäni vielä laajempi kartoitus kilpailutilanteesta, jossa Katrium Oin johdolla on todennäköisesti parempi tieto, ainakin pääkilpailijoistaan tällä hetkellä. Lähdetessä Saksan markkinoille vastaan tulisi varmasti uusia kilpailijoita, näistä todennäköisimpinä pitäisin Finprota, osin ehkä Suomalais-Saksalaista Kauppakamaria sekä kansainvälistä TNS Gallupia, jotka kaikki toimivat sekä Suomessa että Saksassa.

Yrityksen perustamiseen kannattaa varata aikaa, kuten haastateltavat ovat kertoneet, että voi mennä puoli vuotta tai vuosi pelkissä perustamisbyrokratioissa sekä pari kolme

vuotta aseman ja verkoston hankkimisessa. Tämä edellyttäisi ehkä suuriakin investointeja ja riskin sietokykyä, sillä ensimmäiset vuodet Saksassa eivät välttämättä olisi katteellisia. Vastaajilla tuli monia GmbH- yhtiömuotoa puoltavia yksityiskohtia, esimerkiksi luotettavuusnäkökulma, saksalaiseksi tai siis paikalliseksi mieltäminen sekä juridiset ja taloudelliset tekijät, joten sitä kannattaisi harkita.

Ihan aluksi kannattaa ottaa yhteyttä esimerkiksi Suomalais-Saksalaisessa Yhteisössä toimiviin muihin yrittäjiin ja koettaa hakea heiltä kontakteja, lisätietoa sekä suositteluja esimerkiksi hyvän veroneuvojan ja asianajajan hankkimiseen yrityksen perustamista sekä jatkoon liiketoimintaa varten. Myös Saksan suurlähetystöön ja kunniakonsuliin kannattaa ottaa yhteyttä. Heiltä voi saada hyödyllistä lisätietoa.

Lisäksi kannattaisi tehdä kartoitusta Saksan markkinoista, missä päin Saksaa potentiaaliset asiakkaat, esimerkiksi saksalais-suomalaiset yritykset toimivat. Lisäksi kannattaisi selvittää millaisia yrityksiä markkinatutkimusalalla Saksassa toimii ja mitkä vastaavat esimerkiksi palvelun hinta- ja laatutasoltaan Katrium Oüta, mitkä ovat heidän vahvuutensa ja heikkoutensa ja kuinka voisi löytää markkinaraon, jotta he eivät ole onnistuneet tyydyttämään tarpeeksi hyvin. Eli markkinapotentiaali pitäisi tunnistaa. Sen jälkeen olisi helpompi määritellä ihanteellinen sijainti Saksassa ja hakea edellä mainittujen Internetportaalien kautta sopivia toimitiloja tai kysyä alueella toimivilta suomalaisfirmoilta luotettavaa kiinteistönvälittäjää. Kannattaa myös harkita onko järkevämpää vuokrata tai ostaa toimistotilat yksityisyrittäjältä vai käyttää toimistohotellipalvelua, jossa saa kalusteet ja tekniikan valmiina.

Myöhemmin, riippuen siitä millaiseen yritysmuotoratkaisuun Katrium Oü:n johto päättyy, saattaa olla tarpeen veroneuvoja ja asianajaja, joka osaa myös Viron lainsäädäntöä, koska esimerkeissä *Zweigniederlassung*- ja *GmbH*- muodolla toimivissa yrityksissä koettiin, että veroneuvojan olisi hyvä osata eri maiden lakeja, jos on toimintaa useammassa maassa.

Mielestäni olisi hyvä laatia aikataulu ja toimintasuunnitelma esimerkiksi kolmelle seuraavalla vuodelle, jotta yrityksen perustamisessa Saksaan voitaisiin edetä loogisessa järjestyksessä eli ensin hankkia kaikki tieto kilpailutilanteesta alalla, tulevaisuuden näkymistä ja sopivista toimipaikoista ennen kuin tehdään päätös mihin kaupunkiin Saksassa sijoitutaan ja millä tavalla siellä toimitaan eli millä yhtiömuodolla.

7. LÄHTEET

Atradius, Payment default risks remain a crucial issue for businesses across Europe, 2010, <http://global.atradius.com/corporate/pressreleases/payment-default-risks-remain-a-crucial-issue-for-businesses-across-europe.html>, viitattu 12.6.2010, päivitetty 27.4.2010

City Mayors – Economics, City Mayors - Cost Of Living: The world's most expensive big cities, 7.7.2009, http://www.citymayors.com/features/cost_survey.html, viitattu 14.5.2010

Crif, Company payments: Germany, the Netherlands and France good. Spain and Italy steady. The UK, Belgium and Portugal bad, <http://www.crif.com/en/79C4231F-E7B1-4FA2-8B7B-41B8700AB2A5/Company-payments-Germany-the-Netherlands-and-France-good-Spain-and-Italy-steady-the-UK-Belgium-and-Portugal-bad.pst>, Milan, Italy, 13.05.2010, viitattu 12.6.2010

Deutsche Bank Research:

[http://www.dbresearch.de/servlet/reweb2.ReWEB?rwdspl=0&rwnode=CIB_INTERNET_EN-PROD\\$WESTERN EUROPE_MAP&rwobj=DEU.nalias&rwsite=CIB_INTERNET_EN-PROD](http://www.dbresearch.de/servlet/reweb2.ReWEB?rwdspl=0&rwnode=CIB_INTERNET_EN-PROD$WESTERN EUROPE_MAP&rwobj=DEU.nalias&rwsite=CIB_INTERNET_EN-PROD), viitattu 26.2.2010, päivitetty 25.2.2010

Deutsche Botschaft - Saksan talouselämä:

http://www.helsinki.diplo.de/Vertretung/helsinki/fi/05/Wirtschaftsstandort_Deutschland/Wirtschaftsstandort_Deutschland.html, viitattu 15.2.2010, n.d

Deutsche Unfallversicherung:

http://www.dguv.de/content/organization_structure/index.jsp, viitattu 21.3.2010, n.d

DGUV - Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz:

<http://www.dguv.de/inhalt/ihrPartner/arbGeb/gesSch/index.jsp>, viitattu 21.3.2010, n.d

Emporiki Bank: <http://www.interex.gr/uk/countries-trading-profiles/germany/taxes-accounting>, viitattu 10.4.2010, n.d

German Business Portal: <http://www.german-business-portal.info>, viitattu 11.3.2010, n.d

Hampuri – Kansainvälistymisen ponnahduslauta, n.d, www.hamburg-economy.de/.../hampuri_kansainvaelistymisen_ponnahduslauta_fh.pdf, viitattu 22.2.2010

Hans Böckler Stiftung, n.d, http://www.boeckler.de/www_berufsgruppen_popup.html?page=berufsgruppe_0405.xml, viitattu 26.4.2010

Hautala, Harri, 2002, How an EU-Citizen can start up a business in Germany, Opinnäytetyö, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma

Infopankki – Liiketoimintasuunnitelma, 2005, <http://www.infopankki.fi/fi-FI/Liiketoimintasuunnitelma/>, viitattu 29.5.2010

Infopankki – Liiketoimintasuunnitelma, 2005, http://www.infopankki.fi/fi-FI/Yrityksen_perustaminen/, viitattu 29.5.2010

Katsaus Saksan Talouselämään:

http://www.helsinki.diplo.de/Vertretung/helsinki/fi/05/Wirtschaftsstandort_Deutschland/seite_wirtschaftsstandort_deutschland.html, viitattu 8.8.2010, n.d

Kauppapolitiikka - Saksa: Saksa edelleen kiistaton Euroopan moottori - talouden vaikeudet ovat kuitenkin todellisia:

<http://www.kauppapolitiikka.fi/public/default.aspx?contentid=158419&nodeid=41404&contentlan=1&culture=fi-FI>, viitattu 22.2.2010, päivitetty 31.5.2005

Knorre, V.: http://www.vonknorre-stuetzer.de/files/liiketoiminnan_laajentaminen_1.pdf, Yritystoiminnan laajentaminen Saksaan – oikeudellisen muodon valinta, 2009, Offenbach am Main, Saksa

Logistics Industry, Germany Trade & Invest:

<http://www.gtai.com/homepage/industries/logistics-industry/>, viitattu 8.8.2010, n.d.

Lower Saxony: <http://www.international.niedersachsen.de/en/wirtschaft.html>, viitattu 29.3.2010, n.d

McKinsey-Studie: Millionen droht sozialer Abstieg, Spiegel Online, 04.05.2008
<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,551345,00.html>, viitattu 20.5.2010

Mecklenburg-Etu-Pommeri, n.d, viitattu 30.3.2010,
http://www.helsinki.diplo.de/Vertretung/helsinki/fi/04/Bundeslaender/seite_mecklenburg-vorpommern.html

Minimum wages in Europe:
<http://www.eurofound.europa.eu/eiro/2005/07/study/tn0507101s.htm>, viitattu 22.3.2010, päivitetty 3.8.2005

Nurminen, Tapio, Sosiaalista mediaa kännyköihin suomalaisvoimin:
http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/yritysuutiset/index.jsp?oid=2009/11/28202&request_ahaa_info=true, viitattu 11.3.2010, päivitetty 26.11.2009

Offene Handelsgesellschaft (OHG) – Gründerleitfaden:
<http://www.gruenderleitfaden.de/recht/unternehmensrecht/ohg.html>, viitattu 12.3.2010, päivitetty 12.04.2006

Paying Taxes in Germany:
<http://www.howtogermany.com/pages/germantaxes.html>, viitattu 24.3.2010, n.d

Payment Systems in Germany: <http://www.bis.org/cpss/paysys/GermanyComp.pdf>, s.11-15, viitattu 21.3.2010

Pay Scale Germany – Germany by city:
http://www.payscale.com/research/DE/Country=Germany/Salary/by_City, viitattu 16.3.2010, päivitetty 9.3.2010

Perintä Saksassa: <http://www.europeancollectors.org/fi/inkasso-fi/perinta-saksassa.html>, viitattu 26.2.2010, päivitetty 26.2.2010

Pohjois-Saksa nopeimmin plussalle:

<http://www.kauppapolitiikka.fi/public/download.aspx?ID=49750&GUIDE>, viitattu 14.2.2010, n.d

PSI - The Leading European Trade Fair for Advertising Specialties:

http://www.auma.de/_pages/MesseDetailListe.aspx?id=110339, viitattu 21.3.2010, päivitetty 21.3.2010

Report on Europe's Logistics Industry Highlights Trends, Market Size and Leading Companies:

<http://www.supplychainbrain.com/content/nc/world-regions/europe/single-article-page/article/report-on-europes-logistics-industry-highlights-trends-market-size-and-leading-companies-1/>, viitattu 8.8.2010, päivitetty 22.2.2010

Saksan talouskasvu saattaa ylittää ennusteet - ministeri, Kauppalehti, Broström, N. (toim.), 21.6.2010

http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/pika/uutinen.jsp?selected=uuti_uutiset&oid=20100601/12771033523670, viitattu 21.6.2010

Sinn, Hans Werner, Can Germany Be Saved?: the malaise of the world's first welfare state, Cambridge, MA : MIT Press, cop. 2007., viitattu 4.5.2010

Spiegel Online - Paying for German Reunification:

<http://www.spiegel.de/international/germany/0,1518,663476,00.html>, viitattu 21.3.2010, päivitetty 25.11.2009

Starting a business in Germany:

<http://berlin.angloinfo.com/countries/germany/business.asp#Process>, viitattu 22.2.2010, päivitetty 22.2.2010

Tulli – Kuvioita ulkomaankaupasta

http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/grafiikkaa/index.jsp, viitattu

12.2.2010, päivitetty 11.2.2010

Työaikaryhmän raportti, Työmarkkinajärjestöjen työaikatyöryhmä, 2009,

[http://www.sttk.fi/File/1da70464-1a69-4491-98c7-](http://www.sttk.fi/File/1da70464-1a69-4491-98c7-c650f3de1468/tyoaikaryhman_raportti_saksasta.pdf)

[c650f3de1468/tyoaikaryhman_raportti_saksasta.pdf](http://www.sttk.fi/File/1da70464-1a69-4491-98c7-c650f3de1468/tyoaikaryhman_raportti_saksasta.pdf), viitattu 26.4.2010

UK Trade and Investments, Countries: Europe - Western Europe , Germany , :

https://www.uktradeinvest.gov.uk/ukti/appmanager/ukti/countries;jsessionid=H1tW9Tn1GyfnLgZCn3F169jcDQZ83TCF0HnwpQG2mJDh92yqP6Qz!750510!NONE?_nfpb=true&portlet_3_5_actionOverride=%2Fpub%2Fportlets%2FgenericViewer%2FshowContentItem&_windowLabel=portlet_3_5&portlet_3_5_navigationPageId=%2Fgermany&portlet_3_5_navigationContentPath=%2FBEA+Repository%2F324%2F226611&_pageLabel=CountryType1, viitattu 14.5.2010

Yritystoiminnan ABC – Messut, yhteistoiminta ja etabloituminen:

<http://www.yrittajat.fi/fi->

[FI/yritystoiminnanabc/kv/messut_yhteistoiminta_etabloituminen/](http://www.yrittajat.fi/fi-), viitattu 11.4.2010,

n.d

8. LIITTEET

8.1 Teemahaastattelurunko

Hyvää päivää! Teemahaastattelu xx.xx.2010 aiheesta yrityksen perustaminen

Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, ja haastateltavana (titteli, nimi, yritys).

Kysymykset 1-5 liittyvät yrityksen taustatietoihin ja kokemuksiin Saksasta.

1. Taustatiedot: yrityksen nimi, toimiala, haastateltavan henkilön nimi, titteli.
2. Kuinka kauan olette toimineet Saksassa?
3. Millä tavalla toimitte Saksassa? (Onko yrityksellänne esimerkiksi oma myyntikonttori, tuotantolaitos tms. siellä?)
4. Missä päin Saksaa toimitte ja miksi valitsitte sen/ ne toimipaikoiksi?
5. Millaisia kokemuksia yrityksellänne on Saksan markkinoilta? Miten yrityksenne toimiala vaikuttaa niihin?

Kysymykset 6-9 liittyvät yleisesti Saksan markkinoihin.

6. Mitkä ovat suurimmat haasteet Saksan markkinoilla yleisesti?
7. Mitkä ovat suurimmat kaupalliset mahdollisuudet Saksassa suomalaisyritysten näkökulmasta?
8. Onko Teillä jotain vinkkejä ja/ tai kehitysehdotuksia Saksaan lähteville suomalaisyrityksille?
9. Miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?

Kiitoksia vastauksistanne! Oikein mukavaa päivänjatkoa!

8.2 Teemahaastattelu 1

Haastattelija: ”Hyvää päivää! Teemahaastattelu 17.6.2010 aiheesta ”yrityksen perustaminen Saksaan”. Haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana vienti- ja myyntitehtävissä koneteollisuuden alalla toimiva mies.”

Haastattelija: ”Kuuluuko hyvin?”

Haastateltava 1: ”Kyllä kuuluu.”

Haastattelija: ”Elikä ensinnä, kuinka kauan olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 1: ”Anteeksi, mä en kuullut kun toi toinen puhelin häiritsi tossa.”

Haastattelija: ”Eli kuinka kauan olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 1: ”18 vuotta, vuodesta 1992.”

Haastattelija: ”Entä millä tavalla toimitte Saksassa, onko teillä esimerkiksi oma myyntikonttori tai tuotantolaitos siellä?”

Haastateltava 1: ”Oma myyntikonttori.”

Haastattelija: ”Entä missä päin Saksaa sitten toimitte?”

Haastateltava 1: ”Frankfurt am Mainin alueella, vähän etelään Frankfurt am Mainista...”

Haastattelija: ”Entä miksi valitsitte sen alueen toimipaikaksi?”

Haastateltava 1: ”Se on suurin piirtein keskellä Saksaa, et tuota noin, sieltä on lyhyimmät matka joka puolelle Saksaa, koska meidän tuotteet edellyttää sitä, että liikutaan paljon Saksaa.”

Haastattelija: ”Entä onko muuten vaikka kustannustaso tai työvoiman saatavuus millainen sillä alueella?”

Haastateltava 1: ”No ihan tarkkaa tietoa mulla ei oo kustannustasosta, mutta et ainakin työvoiman saatavuus on ihan hyvä.”

Haastattelija: ”Entä millaisia muita kokemuksia yrityksellänne on Saksan markkinoilta? Onko helppo tai vaikea markkina-alue?”

Haastateltava 1: ”No tota... sanotaan, että se on vaativa markkina-alue.”

Haastattelija: ”Aivan, missä mielessä? Mistä johtuen?”

Haastateltava 1: ”No, kun tehdään tällaisia koneita, niin tietty laatuvaatimukset on korkeet ja sitten tietysti kilpailu on kovaa, sekä tuotteen, hinnan että jakelutien pitää olla kunnossa, että siellä pystyy... pystymään... saa kauppoja aikaan.”

Haastattelija: ”Entä sitten vaikuttaako muuten yrityksenne toimiala esimerkiksi siihen? Muuten kuin se, että on laatuvaatimukset korkeat, niin esimerkiksi työvoimaa, että löytyykö sellaista osaamista hyvin?”

Haastateltava 1: ”Joo, kyllä löytyy. Meillä on sillein, että me ei valtavasti tarvita työvoimaa valtavia määriä, kun meillä on tämä myyntikonttori, että tätä myyntikonttoria pyörittää myyntihenkilöt, että jakelutie on sitten jälleenmyyjien kautta.”

Haastattelija: ”Entä millaisia muita haasteita Saksan markkinoilla on yleisesti? Onko jotain esimerkiksi kieleen tai talouteen liittyviä haasteita?”

Haastateltava 1: ”Kyllähän se lähinnä liittyy lähinnä kilpailutilanteeseen siellä, et, et tuota se on iso markkina, mutta siellä on kova kilpailu, että sekä paikallisia että muita ulkomaalaisia kilpailijoita. Ett’ kielitaito ei sinänsä oo mikään ongelma, sillä meillä on täällä saksankielen taitoisia, et kommunikoimaan pystytään, et siinä ei oo mitään.”

Haastattelija: ”Eli ei ole kieli- tai kulttuurihaasteita sellaisia?”

Haastateltava 1: ”Ei oo.”

Haastattelija: ”Miten noihin haasteisiin sitten voi vastata? Esimerkiksi kilpailuun, että onko joku semmoisia markkinointipanostuksia tai näkyvyyttä esimerkiksi messuilla, semmoista hyvä?”

Haastateltava 1: ”Joo, Saksahan on messumaa. Et paljon osallistutaan messuille.”

Haastattelija: ”Aivan. Joo, entä millaisia suurimpia kaupallisia mahdollisuuksia näette Saksassa suomalaisyritysten näkökulmasta?”

Haastateltava 1: ”No, Saksahan on iso markkina, 80 miljoonaa ihmistä. Et siellä on kyllä, ja suomalaisilla tuotteilla on niinku tällainen hyvä maine ja positiivinen kaiku. Et pitää vaan tehdä ne asiat oikein ja huolellisesti, niin on mahdollisuus menestyä.”

Haastattelija: ”Onko teillä muuten jotain vinkkejä tai kehitysehdotuksia Saksaan lähtevälle suomalaisyritykselle? Esimerkiksi miten kannattaisi aloittaa, jos vaikka ajattelee lähteä Saksaan, niin mistä hankkia tietoa asioista?”

Haastateltava 1: ”No niitä saa ihan... Suomessahan on esimerkiksi Suomalais-Saksalainen Kauppakamari, josta saa tietoa. Ja sitten on nää Finpro ja muut järjestöt, jotka auttaa suomalaisia yrityksiä vienninedistämässä. Ja sitten nykyään on toki internetistä löytyy ihan hakemalla. Ja sitten tietysti ihan oman alan messuilla tai näyttelyssä käyminen Saksassa varmaan kannattaa.”

Haastattelija: ”Sitten jos on jotain yrityksen perustamiseen liittyviä... Esimerkiksi joku tommoisen hyvän toimipaikan löytäminen, niin tuleeko mieleen miten siinä kannattaisi hankkia apua?”

Haastateltava 1: ”No, jos haluaa täällä Suomessa ottaa asioista selvää, niin varmaan nää Suomalais-Saksalainen Kauppakamari tai miksei Saksan suurlähetystökin, niin, että sieltä voi lähteä purkamaan sitä, jos ei oo mitään kontakteja Saksassa sinänsä. Et tuota, varmaan sitten löytyy yhteystietoja muihin tahoihin, jotka sitten... kontakteja... toimistoja tai varastorakennuksia pystytään vuokraamaan.”

Haastattelija: ”Entä miten kilpailutilannetta vois myös kartoittaa aluksi? Että vaikka ottaa selvää onko saman alan yrityksiä alueella?”

Haastateltava 1: ”Ja siinäkin varmaan nää messut, messut auttaa ja sitten on tietysti esimerkiksi tää Finpro, jolla on Saksassa vientikeskuksia Pohjois-Saksassa ja sittenhän heillä on esimerkiksi tällainen palvelu, että he tekevät markkinatutkimuksia ja -kartoituksia.”

Haastattelija: ”Sellainen tietty, että Finprolla ja semmoisillahan on asiantuntijapalveluita, mutta toisaalta se voi olla joskus kallista. Kun, jos on ollut puhetta, jos vaikka jonkun vientipäällikön palkkaa, että jos on vaikka joku vientirengas, niin se voi maksaa jonkun tuhat euroa, niin sitten mitä ajattelette, jos ois esimerkiksi vaikka pk-yrityksen näkökulmasta, jossa ois sellaiset rajallisemmat resurssit, niin mitä silloin kannattaa?

Haastateltava 1: ”No, se täytyy tietysti sitten selvittää mitä se maksaa, mutta tosiaan niin kuin sanoit niin näitä vientirenkaita on eri toimialoilla. Ja se on päivän selvää, että tällainen kansainvälistyminen ja viennin aloittaminen maksaa rahaa, että se ei ole ilmaista ja siihen on oltava valmis sitten investoimaan, jos tällainen yritys sitten pyrkii Saksan markkinoille.”

Haastattelija: ”Entä millä yritysmuodolla toimitte Saksassa? Sellainen...”

Haastateltava 1: ”No siellä on tuota, niin meidän myyntikonttori on GmbH.”

Haastattelija: ”Aivan, mikä on vaikuttanut sen yritysmuodon valintaan?”

Haastateltava 1: ”No, varmaan se, kun kyseessä on nimenomaan tällainen myyntikonttori, niin GmbH: n nyt lähinnä vastaa Suomen osakeyhtiö. Et se on ehkä niinku helpoin ja tuota niinkun loogisin...”

Haastattelija: ”Joo, aivan, joo. Kun siinä on, en muista paljonko se oli se alkupääoma, mikä siihen vaaditaan...olikohan 2000...2500 euroa tai muutama tuhat euroa, muistanko oikein... vai 25 000 euroa, oliko se enemmän kuin Suomessa?”

Haastateltava 1: ”Mä en suoraan sanoen tiedä, koska mä en ollut vielä siinä vaiheessa vielä yrityksessä töissä, kun tää toimisto perustettiin, joten en osaa sanoa...”

Haastattelija: ”Aivan, tosiaan. Eli mikä on ihan ensimmäinen askel, eli jos ajattelee perustaa yritystä Saksaan, niin mitä kannattaa tehdä ihan ensimmäisenä?

Haastateltava 1: ”Joo... tuota tuota, ensimmäisenä tietysti, jos on miettinyt ja on ihan vankasti sitä mieltä, että pyrkisi perustaan, niin sitten kattoo vähän mihin päin Saksaa, vähän sen perusteella minkä alan tuotteita, että mikä olis edullinen sijainti. Ja sitten tietysti budjetoida hieman, että mikä on hintataso ja tutkia missä päin Saksaa mikäkin maksaa (vuokrat ja... näin poispäin). Ja sitten lähtee etsimään, lähtee ettimään sitä. Eli määritellä niinkun ne omat tarpeet ja sen perusteella lähteä katsomaan mistä päin.”

Haastattelija: ”Selvä ja mitäs sitten, kun sitä lähtee selvittämään, niin mitä vaikka sitten sen jälkeen voi tehdä?”

Haastateltava 1: ”No tietysti kun on kerätty tietoa, niin sittenhän pitää tehdä päätös, että mihinkä sijoitutaan ja sitten kuinka jatketaan.”

Haastattelija: ”Tulisiko Teillä vielä jotain muuta mieleen mitä pitää huomioida Saksan markkinoilla? Tai sitten siinä yrityksen perustamisvaiheessa?”

Haastateltava 1: ”(ah...) No tota, siinä nyt varmaan sitten kannattaa käyttää asiantuntijoita apuna, ja jossei... jossei ei oo niinku tietoa Saksasta maana, lainsäädännöstä ja markkinoista ja muusta. Niin tota, suosittelen, että siinä kannattaa olla asiantuntijat mukana, että kaikki menee pykälien mukaan. Mut eihän Saksassa ole mitään isompia kommervenkkejä ole, se on EU-maa ja lainsäädäntö on selkeä. Et ei se sinänsä ole vaikeaa se.”

Haastattelija: ”Kiitoksia paljon vastauksistanne. Ei tässä muuta tulee mieleen. Oikein mukavaa päivänjatkoa Teille!”

Haastateltava 1: ”Kiitos samoin!”

8.3 Teemahaastattelu 2

Haastattelija: ”Hyvää päivää! Teemahaastattelu aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana myynti- ja markkinointijohtaja Erikkilä Deutschland GmbH:sta. Eli ensimmäisenä sellainen kysymys...”

Haastateltava 2: Joo tai ensimmäisenä korjaan, että kyse ei ole GmbH:sta vaan Erikkilä Deutschland, joka on myyntikonttori, muttei GmbH...

Haastattelija: ”Joo, selvä pahoittelen sitten, tuollaiset tiedot löysin... Elikkä kuinka kauan olette toimineet Saksaan?”

Haastateltava 2: ”Tuota, yritys on tehnyt Saksan kanssa kauppaa vuodesta -30... -35, mutta tämä myyntiyksikkö on ollut täällä syyskuusta 2009 alkaen...”

Haastattelija: ”Elikkä vajaan vuoden...”

Haastateltava 2: ”Kyllä...”

Haastattelija: ”Ja ootteko ollut siinä mukana toiminnassa ihan alusta asti?”

Haastateltava 2: ”Kyllä.”

Haastattelija: ”Elikkä myyntikonttori on, millainen yritysmuoto teillä siinä käytännössä on?”

Haastateltava 2: ”Tämä on rekisteröity niinkun muodolla *Zweigniederlassung*,...”

Haastattelija: ”Selvä...”

Haastateltava 2: ”...et sä tiedä mikä se on suomeks?”

Haastattelija: ”Joo. Onko tavallaan niin kuin tytäryhtiö?”

Haastateltava: ”Mut se on tavallaan niin kuin ulkomaisen yrityksen myyntikonttori tai sellainen.”

Haastattelija: ”Joo, semmoinen aivan. Mikä vaikutti sen kyseisen yritysmuodon valintaan?”

Haastateltava 2: ”No siihen vaikutti... lähinnä se, että ihan alusti asti ei haluttu perustaa GmbH:ta niinkun tämmösen juridisen ja hallinnollisen raskauden takia, vaan tota haluttiin aloittaa mahdollisimman kevyellä organisaatiolla. Mutta se, että yritys pystyis tekemään tai voidaan Erikkilä Deutschlandin nimessä tehdä kauppvoja ja rekisteröidä esimerkiksi auto yrityksen nimissä Saksaan, niin se oli kuitenkin pakko rekisteröidä tällaiseksi *Zweigniederlassungiksi*.”

Haastattelija: ”Joo, että semmoisia etuja siinä tuli. Joo oliko siinä muuta kuin tota ne tämmöiset juridiset asiat, et oliko siinä mitään sitten, erilaisii kulu... kustannuksissa, taas sitten helppoudessa, kuin nopee... semmoinen?”

Haastateltava 2: ”Joo, sanotaanko näin, että yrityksen kannalta, niin me toimitaan niin kun edelleen Suomen pääkonttorin alaisuudessa, että myynti tapahtuu vielä Erikkilän Nostotekniikka Oy:n nimissä. Se tarkoittaa sitä, että esimerkiksi hallinnolliselta puolelta, että meidän ei tarvi täällä Saksassa laskuttaa, että sitä kautta esimerkiksi tilinpäätös on hyvin paljon kevyempi, kuin että meillä olisi ollut täällä GmbH.”

Haastattelija: ”Aivan, onko siinä muita verotuksellisia eroja siihen kuin, että olisi vaikka GmbH?”

Haastateltava 2: ”No, mä en itse asiassa ihan tarkalleen osaa sanoa, kun me päätettiin ettei me ihan heti GmbH:ta perusteta. Mutta tota, mutta mä mietin vaan, meillä on kuitenkin ihan samalla tapaa saksalainen veronumero täällä. En ihan tarkkaan osaa nyt sanoa verotuksen puolesta.”

Haastattelija: ”Selvä, jooho. Entä sitten, sitten missä päin Saksaa toimitte ja miksi olette valinneet kyseisen alueen toimipaikaksi? Onko sellainen kuin Wiel-Marienhagen?”

Haastateltava 2: ”Joo, se on ihan oikea paikka. Ja tota, sinällään... paikkakunta valikoitui ihan sillä tavalla, että pitkäaikainen yhteistyökumppani tarjosi meille juurikin edullista toimitilaa täällä ja me ollaan samassa rakennuksessa meidän yhteistyökumppanin kanssa. Ja toisaalta tämä alue sopi meille hirveen hyvin sen takia, koska Nordrhein-Westfalenin liittovaltio niin on väkirikkain valtio ja eli tää on... täällä

on hyvin merkityksellinen tämä... tota, tää on teollisuusvaltio niin sanotusti. Ja meidän asiakaskunta on myös hyvin paljon täällä päin.”

Haastattelija: ”Entä sitten muuten onko siellä alueella millainen vaikka esimerkiksi tilanne, että onko... kilpailua paljon tai vähän?”

Haastateltava 2: ”Saksassa on aina hyvin paljon kilpailua.”

Haastattelija: ”Aivan, joo...”

Haastattelija 2: ”Toimitaan ihan tai, että täältä Saksan myyntikonttorista hoidetaan Saksa, Itävalta, Sveisi, Hollanti, Belgia ja Ranska markkina-alueena. Mutta jos puhutaan ihan puhtaasti Saksassa, niin meidän alalla eli teollisuusalalla maailmanlaajuisesti johtavat yritykset ovat saksalaisia.”

Haastattelija: ”Entä onko siellä Nordrhein-Westfalenin alueella helppo löytää vaikka työvoimaa, osaavaa semmoista?”

Haastateltava 2: ”No siitä ei ole kokemusta, me ei olla palkattu tänne paikallista työvoimaa vaan meillä on Suomesta palkattu työvoima, eli en vielä osaa sanoa, mutta voisin kuvitella ettei varmaan oo hirveen hankalaa.” (naurua)

Haastattelija: ”Aivan, selvä. Joo. Millaisia muita kokemuksia yrityksellänne on Saksan markkinoilta? Että onko, onko millainen sitten markkina-alueena, kuinka helppo?”

Haastateltava 2: ”Markkina-alueena on niin valtavan suuri, tottakai täällä on valtavasti potentiaalia ja tota... tehdään valtavasti investointeja ja raha... raha liikkuu Saksassa. (naurua) Mutta näin niinkun suomalaisena yrityksenä tai ylipäättänsä ulkomaisena yrityksenä Saksan markkinoille tulo on hyvin haastavaa. Eli Saksassa saksalainen asiakas on edelleen tänä päivänä hyvin niinkun, ostaa mielellään saksalaista tuotetta.”

Haastattelija: ”Aha, selvä semmoinen haaste.”

Haastateltava 2: ”Asiakkaan tavoitus.”

Haastattelija: ”Eli miten sitten käytännössä pystyy vakuuttamaan asiakaskunnan?”

Haastateltava 2: ”No, siinäpä se hyvä kysymys onkin! Eli, ihan ykkösasia Saksan markkinoilla on tuotteen laatu, eli tuotteen laadun pitää olla vähintään saksalaista tasoa, mieluummin parempi kuin vastaava saksalainen tuote. Ja hinnalla ei oo niin suurta merkitystä vaan enemmän laatu.”

Haastattelija: ”Entä onko sitten palvelussa jotain eroa? Että onko erilaisia vaatimuksia palvelun suhteen?”

Haastateltava 2: ”No, tota, kyllähän saksalainen asiakas on niin kun hyvin vaativa, varsinkin meidän alalla kun puhutaan metallitekniikasta. Niin tota, meidän vastapuolella on hyvin usein tällainen saksalainen insinööri, joka vaatii hyvin tarkkaa tietoa tuotteesta, tarkempaa kuin moni muu asiakas muualla Euroopassa. Ja tota,

palvelun suhteen materiaalin pitää olla tota kunnossa ja pitää olla ihan ehdottomasti saksan kielellä.”

Haastattelija: ”Entä sitten jos jotain haasteita on tullut vastaan, niin ootteko mistä saanut apua semmoisiin?”

Haastateltava 2: ”No, ei meillä oikeestaan tällä hetkellä oo semmoisia suuria haasteita, mistä ei hirveästi itse oltais selvitty. Hallinnollisissa ja tällaisissa byrokraattisissa haasteissa täällä pitää ihan ehdottomasti olla tällainen veroneuvoja käytettävissä, eli veroneuvoja, joka hoitaa tän saksalaisen niin kuin yrityksen perustamis- ja tän hallinnointibyrokraatian.”

Haastattelija: ”Aivan, eli veroneuvoja. Eli tota mistä semmoisen puoleen kannattaa kääntyä tai mistä löytää?”

Haastateltava 2: ”No siis, veroneuvojen ammattikunta Saksassa on ihan hyvä eli täällä ihan joka korttelissa löytyy... löytyy veroneuvoja. Et se on ihan... mutta me ollaan ihan tuolta netin kautta ja suhteilla löydetty suomalainen nainen, joka toimii Saksassa veroneuvojana, joka on ollut meille suunnaton apu siinä suhteessa, että tuntee sekä Suomen lainsäädännön että Saksan yritys juridiikan.”

Haastattelija: ”Jooho... Selvä.”

Haastateltava 2: ”Apua on...”

Haastattelija: ”Entä sit semmoinen tota tullu vastaan Saksassa ei taida olla niin paljon esimerkiks jotain sitovia työehtosopimuksia? Vai onko semmoisissa jotain eroa Suomeen?”

Haastateltava 2: ”Siis anteeks, nyt en ymmärtänyt... millainen?”

Haastattelija: ”Että onko Saksassa sitten kuinka tullut sitten vastaan mitään työehtosopimusasioita esille sitten?”

Haastateltava 2: ”No ei ole, koska me ei olla palkattu tänne paikallista... ketään.”

Haastattelija: ”Joo, selvä. Entä oletteko mistään saannut tai tarvinnut jostain Finprolta, Finnveralta tai mitä näitä on, semmoisii apui mistään, asiantuntija-apuu? Onko ollut... onko teillä ollut mitään yhteyttä sellaisiin?”

Haastateltava 2: ”No ei oikeestaan tän Saksan konttorin perustamisen puitteissa ei olla oltu heihin yhteydessä.”

Haastattelija: ”Entä mitä näette suurimpina mahdollisuuksina Saksassa suomalaisyritysten näkökulmasta?”

Haastateltava 2: ”Woah,... no siis, tuota mahdollisuuksia Saksassahan on ihan valtavasti... se on niin laaja kysymys... ylipäätensä sen markkinan koko on niin valtava verrattuna esimerkiksi Suomen, kotimaan markkinaan nähden, että täällä sen pienen

pienenkin siivun, markkinaosuuden saaminen kilpailijalta niin tarkoittaa ylipäättänsä tällaiselle suomalaiselle pk-yritykselle niin tota aikamoista kasvua, että...”

Haastattelija: ”Entä jos ajattelette vaikka omaa toimialanne, niin millaiset mahdollisuudet siellä on? Sanoitte, että on paljon kilpailua ja sitten suuri saksalaisia firmoja alalla...”

Haastateltava 2: ”Aivan, mahdollisuudet on hyvät ja niinku potentiaalia on hirveästi. Erikkilä on edelleenkin niinku pk-yritys ja tosiaan niinkun äsken sanoin, sen pienen pienekin siivun saaminen siltä kilpailijalta tarkoittaa meidän kokoiselle yritykselle jo... (naurua) aikamoista kasvua. Se oikeastaan vaan se, tuotteen laatu pitää olla huippu ja sitten toisaalta mahdollisuuksia meidän toimialalla on oikeastaan se, että täällä on aikamoinen myllerys meidän alalla käynnissä meidän toimialalla...”

Haastattelija: ”Aa, millainen?”

Haastateltava 2: ”...jonka myötä asiakkaat niinkun etsivät uusia ja ovat avoimempia uusille toimittajille.”

Haastattelija: ”Sitten vielä tällainen kysymys, että miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?”

Haastateltava 2: (naurua) ”Sen kun tietäis, niin... (naurua) Miten kannattaisi lähteä? Se riippuu varmaan niin hirveästi toimialasta. Hmm, kyl mä lähtisin siitä, että se tuote ja kaiken siihen tuotteeseen liittyvän täytyy olla kunnossa, ja, ja, ja...”

Haastattelija: ”Entä...?”

Haastateltava 2: ”... ja tällainen ihan perusmarkkinatutkimus on aina hyödyksi...”

Haastattelija: ”Joo, aivan...”

Haastateltava 2: ”...että tietää mihin menee, että missä se oikeasti, konkreettisesti asiakaskunta on ja miten se asiakaskunta toimii.”

Haastattelija: ”Entä kannattaako sitten mitä eri mahdollisuuksia käyttää siihen kartoittamiseen? Messui tai jotain... konsulttitoimistoi tai Finprota, että millasii niitä kannattais käyttää?”

Haastateltava 2: ”Tota, tohon on vaikee sanoa, kun meillä itsellä on niin monen kymmenen vuoden kokemus Saksan kaupasta, että meillä on talon sisällä niin paljon sitä tietoa.

Haastattelija: ”Joo selvä.”

Haastateltava 2: ”Mutta kyllähän, no, Finprosta en osaa sanoa, mutta Suomalais-Saksalaiselta kauppakamarilta saa paljon tietoa...”

Haastattelija: ”Jaaha...”

Haastateltava 2: ”...Saksaan etabloitumisesta. Ja sitten käyttäisin... tota ihan ehdottomasti niinkun muita suomalaisia referenssejä edukseni eli ottaa yhteyttä muihin suomalaisiin firmoihin, jotka ovat jo Saksassa ja kysyä heiltä niinkun vinkkiä.”

Haastattelija: ”Joo, niin se voi olla hyvä, jos yritys ei yritys ei muuten vaikka vielä tiedä vielä Saksan markkinoista tai oo toiminut siellä niin...”

Haastateltava 2: ”Joo, tällainen benchmarkkaaminen on aina semmoinen, että tuo hyvin paljon...”

Haastattelija: ”Selvä, jooho. Tuleeko vielä jotain mieleen, mitä sillein kannattaa ottaa huomioon? Vaikka ihan ensimmäinen askel, kun, tota, jos ajattelis perustaa yrityksen Saksaan, niin mitä ihan ensimmäisenä kannattaa tehdä?”

Haastateltava 2: ”No kyllä se kannattaa ihan ensimmäiseksi tottakai ottaa selvää, selvittää se perustamisbyrokratia ja mitä se oikein tuo oikeesti hallinnollisesti ja mitä se tuo ja mitä se tarkoittaa, mitkä ovat Saksan valtion vaatimukset siitä, että perustetaan yritys. Ja sitten ottaa myös huomioon se, että täällä on valtavan suuret erot näitten liittovaltioiden välillä, että täällä on ihan eri lait eri liittovaltioissa...”

Haastattelija: ”Aha!”

Haastateltava 2: ”...että se mihin liittovaltioon, sen perustaa niin silläkin on merkitystä.”

Haastattelija: ”Jooho.”

Haastateltava 2: ”Ja totta kai se oman alan tuntemus, se oman alan markkinatuntemus siitä omasta alasta on hyvä.”

Haastattelija: ”Entä onko jokin askel mitä sitten sen jälkeen?”

Haastateltava 2: ”...ah, tota, tota, taiskin tulla, että mikä on se toimiala ja mikä on se resurssi paljon suomalaisella yrityksellä on laittaa siihen etabloitumiseen, että onko kyseessä yhden hengen yrityksestä vai ollaanko heti perustamassa sadan hengen firmaa, niin siinä on varmaan eri lähtökohdat.”

Haastattelija: ”Aivan joo. No, jos, jos ajattelee pk-yritysten näkökulmasta, niitähän suurin osa yrityksistä taitaa olla?”

Haastattelija: ”Jooho.”

Haastateltava 2: ”Joo, no yhtäkkiä ei tuu mieleen.”

Haastattelija: ”Aivan, joo. Jooho, siinä oli jo kyllä aika kattavasti... Että kiitän Teitä vastauksistanne ja toivon Teille hyvää päivänjatkoa!”

Haastateltava 2: ”No niin, kiitoksia!”

8.4 Teemahaastattelu 3

Haastattelija: ”Teemahaastattelu aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana johtotehtävissä toimiva mies.”

Haastattelija: ”Ensinnä... öö, tuo, kuinka kauan olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 3: ”Kolmisen vuotta.”

Haastattelija: ”Selvä, oletteko ollut mukana siinä alusta siinä?”

Haastateltava 3: ”En ole, viimeisen vuoden olen itse ollut mukana.”

Haastattelija: ”Entä millä tavalla toimitte Saksassa, onko Teillä esimerkiksi oma myyntikonttori tai tuotantolaitos siellä?”

Haastateltava 3: ”Meillä on oma myyntikonttori, me myydään palveluu, niin meill’ ei sinällään ole tuotteita jota myymme vaan tällaista raskaan teollisuuden ja telakkateollisuuden ja varustamoiden toimintaa tukevaa toimintaa ja siihen liittyvät laitteet meillä on tietysti myös siellä.”

Haastattelija: ”Entä millä yritysmuodolla toimitte?”

Haastateltava 3: ”No, me ollaan toimittu siellä tähän asti ihan niin, että me ollaan oltu telakalla, niin silloin nää hommat on ollut projektiluontoisia liittyen laivan keston, joten ei olla koettu välttämättä tarpeen perustaa paikallista yhtiötä sinne, elikkä me ollaan toimittu tämän suomalaisen yhtiön yhtiönimellä. Mut nyt ollaan ihan tässä lähiviikkojen aikana niin siirtymässä hmm... siihen, että me perustetaan sinne paikallinen yritys GmbH.”

Haastattelija: ”Selvä, onko millaisia syitä, mitkä siihen vaikuttanut siihen valintaan, että GmbH-muotoiseen?”

Haastateltava 3: ”Siinä on ihan oikeastaan nää verotustekniset seikat, että silloin kun me toimitaan projektiluontoisissa tehtävissä siellä, niin arvonlisäverotuslainsäädäntö ja verotuslainsäädäntö sinällään ei edellytä sitä, että me maksaisimme sinne arvonlisäveroa, tai.. ja laivahommista ei yleensä makseta arvonlisäveroa, ne on arvonlisäverottomii hommi...”

Haastattelija: ”Selvä!”

Haastateltava 3: ”...ja yleensäkkään veroa siihen maahan vaan me ollaan voitu maksaa Suomeen. Mutta nyt kun me ollaan siirtymässä sieltä laivalta myöskin maan päälle

tonne kemian teollisuuteen ja muuhun raskaaseen teollisuuteen, niin se pitää arvonlisävero... ja myöskin toimipiste luokitellaan niin sanotusti kiinteäksi toimipisteeksi, jolloin on oikeastaan pakko, ainoa vaihtoehto on se, jos me laajennetaan sieltä mereltä tai sieltä telakalta maalle, niin meill' täytyy olla oma yhtiö siellä.”

Haastattelija: ”Selvä. Entä sitten? Elikkä, verotusasioita, onko muuta sitten, no oli, vaikka lainsäädännöllisiä tekijöitä?”

Haasteltava 3: ”On tietysti se, että jos Saksassa aikoo pärjätä, niin ollaan pähkäilty ja mietitty sitä ja niin paikallisten voimien kuin täällä kotimaassakin, kesken. Ja Saksassa on yrityksen helpompi tarkastaa ja päästä sisään, kun siell' nimen lopuss' on se GmbH.”

Haastattelija: ”Tuoko se sellaisen tietyn luotettavuuden tai uskottavuuden?”

Haasteltava 3: ”Kyll' se varmasti tuo sitä ja jossain mielessä tuntuu siltä, että kun täs varsinkin tän taantumun kanssa painii koko Eurooppa tai maailma, niin saksalaiset mieltää sen silloin, niin että ne rahat jää kotimaahan kuin se että ne lähtee muualle.”

Haastattelija: ”Selvä. Jooho. Entä sitten missä päin Saksaa toimitte?”

Haasteltava 3: ”No, meillä on kiinteäluotoinen toimipiste Hampurissa tai lähinnä siinä Hampurin alueella toistaiseks, koska tää on näin tuoretta ja koska se on liittynyt niin siihen telakkaan, niin me emme muualla ole siellä toimipistettä tarvinnut. Aika näyttää sitten miten siellä pärjätään, että onko tarvetta lähteä muuallekin.”

Haastattelija: ”Entä onko Hampurin alueella muuten millainen vaikka esimerkiksi millainen kilpailu? Esimerkiks jotain...”

Haasteltava 3: ”Joo, kyllähän meidän alalla siellä on kova kilpailu, siell' on ihan riittävästi.”

Haastattelija: ”Aha. Joo! Entäs muuten, onko Hampurin alueella helppo löytää osaavaa työvoimaa?”

Haasteltava 3: ”No sanotaan näin, että kyll' me on löydetty sitä. Ja monta kertaa vaan on ollut niin kotimaassa kuin tuolla ulkomaillakin niin, että se on ihmisestä kiinni, ja näihin hommiin oppii ja näihin täytyy opetella niinkun tässä työssä, että ei näihin hommiin varmaan valmista miestä ookkaan olemassa, ellei se sitten tuu kilpailijan leivistä. Mut kyllä me ollaan löydetty sen verran henkilökuntaa.”

Haastattelija: ”Entä siellä Hampurissa, oliko siellä helppo ollut löytää sopivaa toimipaikkaa?”

Haasteltava 3: ”Kyll' meill' on toimipaikka, sekin löydetty ihan mukavasti.”

Haastattelija: ”Aha, selvä joo. Aivan. Entä millaisia muita kokemuksia on yrityksellänne Saksan markkinoilta, että onko helppo tai vaikea markkina-alue?”

Haastateltava 3: ”No ei se helppo oo.”

Haastattelija: ”Aivan, kuin niin? Onko joku sellainen, mitä haasteita siellä ois?”

Haastateltava 3: ”Sanotaan näin, että tietenkin me ollaan oltu osakeyhtiönä siellä, niin ehkä se kotipaikkarakkaus toimittajavalintojen suhteen saattaa olla yks asia. Ja tietenkin kyllähän Saksassa riittää kilpailua, toisaalta tietenkin siellä riittää markkinaa verrattuna tähän Suomen maahan.”

Haastattelija: ”Jos Teillä on ollut jotain haasteita, niin onko ollut sellaisia, mihin on tarvinnut vaikka ulkopuolista apua?”

Haastateltava 3: ”Ei oo ulkopuolista apua kyllä tarvittu, että ollaan pärjätty omin voimin. Tai no toisaalta, tähän henkilökunnan rekrytointiin on tietenkin tarvittu ja on käytetty paikallista... paikallista konsulttia, ehkä niihin valintoihin, varsinkin toimihenkilötehtäviin.”

Haastattelija: ”Selvä. Onko siinä joku etu verrattuna suomalaiseen tai joku, onko hyvä se paikallinen...?”

Haastateltava 3: ”No tietenkin siinä se paikallisuus on tietenkin selkee etu. Niin tietenkin esimerkiksi suomalainen rekrytointifirma ei se oikein... , tai no heilläkin saattaa olla oman yhtiön sisällä toimintaa, mutta paikallinen kuitenkin on siinäkin tapauksessa.”

Haastattelija: ”Selvä! Entä sitten muuten... oletteko mitään Finprota, Finnveraa, ja mitä näitä on muita sellaisia, Fintralta (tai) muilta... ollut yhteydessä?”

Haastateltava 3: ”Anteeksi, nyt en oikein kuullut.”

Haastattelija: ”Onko Teillä muuten kokemusta Finpron, Fintran tai Finnveran kanssa toimimisesta?”

Haastateltava 3: ”Ollaan kyllä oikeastaan vuosittainkin oltu Finpron kanssa yhteistyössä ja ollaan oltu Finpron järjestämällä messuosastoilla ulkomailla. Kyllä, tietysti sitten nämä suomalaiset... suomalaiset rahoitusinstituutit, niin myöskin niiden kanssa ollaan keskusteltu.”

Haastattelija: ”Entä onko joku sitten mitä ehkä parhaiten saa apua? Että mitä kannattaa ajatella, jos on perustamassa yritystä Saksaan?”

Haastateltava 3: ”Kyllä mä luulen, että se Finpro on ihan hyvä. Sieltä saa kyllä apua ja sieltä löytyy asiantuntemusta.”

Haastattelija: ”Aivan joo. Entä mistä sitten muuten, tuleeko yleisesti mieleen muita suurimpia haasteita Saksan markkinoilla?”

Haastateltava 3: ”No kyllähän tietenkä uutenä... uutenä yrityksenä, ett’ Saksan markkinoille lähtee, niin... niin on saada sitä markkinaa auki, se vaatii vahvaa markkinointii ja mun mielestä se vaatii paikallisen... paikallisen myyntimiehenkin vielä, ett... se on ehkä paras tapa. Se riippuu tietenkin, se on varmaan alakohtainen ja mitä tuotetta tai palvelua on myymässä...”

Haastattelija: Aivan joo.”

Haastateltava 3: ”...mut meidänkin kohdalla se paikalliseksi leimautuminen vähän pitemmäss’ juoksuss’, niin mä uskoisin, että se on paras tapa löytää näitä meidän töitä sieltä.”

Haastattelija: ”Onko muuten sitten tota, saksalaisten vaikka yritysten tai näiden millaisia eroja odotuksissa palvelun laadussa tai muussa verrattuna suomalaisiin?”

Haastateltava 3: ”No mä luulen, että ei siinä odotuksii...odotuksissa on kauhean paljon eroja. Tietenkin me myydään ehkä semmoista palvelua, joka perustuu parempaan tekniikkaan, kun ainakin telakkateollisuudessa on totuttu, siellä on ollut aina, ”aina”, tai ainakin verrattuna meidän markkinoihin siellä on ollut aina niin sanottua halpatyövoimaa ympäröivistä maista elikkä Puola, Bulgaria ja Romania. Ja tietenkin siinä on monta kertaa kysymys... kynnys, että kun sä menet myymään tehokkaampaa palvelua, joka perustaa parempaa tekniikkaan, niin se hinta saattaa tuntua kovalta kun sitä sitten vertaa sitten yksinkertaisempaan pelkästään miestyövoimaan perustuvaan työhön. Niin se saattaa olla sellainen juttu.”

Haastattelija: ”Selvä, entä sitten, muuten, onko jotain suurimpia kaupallisia mahdollisuuksia? Millaisia, tuleeko jotain mieleen?”

Haastateltava 3: ”Anteeksi, suurimpia kaupallisia mahdollisuuksia vai?”

Haastattelija: ”...suomalaisyritysten näkökulmasta.”

Haastateltava 3: ”Mä en tietenkään kaikkien puolesta voi puhua, mutta kyll’ me nähdään, että meill’ on sillä markkinalla, meidän palvelullamme on varmastikin mahdollisuuksii saada toinen tukijalka Suomen lisäksi, Suomesta toimitaan ihan valtakunnallisesti ja ihan hyvä kun, saatais Saksastakin vähän tukevampaa jalansijaa ja uskon, et meillä on mahdollisuuksia siihen.”

Haastattelija: ”Entä onko sitten jotain vinkkejä tai kehitysehdotuksia tai vinkkejä Teillä Saksaan lähteville suomalaisyrityksille?”

Haastateltava 3: ”No, mitähän mä tohon sanoisin? Tietenkin täytyy tehdä se markkinakartoitus erittäin hyvin... hyvin.. ennen kuin sinne lähtee. Se on varmaan sen kaiken kartoituksen lähtökohta ja kaiken toiminnan ihan ensimmäinen lähtökohta ja varmaan siellä se on vielä tärkeämpi kuin meidän markkina-alueella.”

Haastattelija: ”Aivan, miten se sitten kannattaisi tehdä? Että onko joku markkinatutkimus tai konsulttiyritys?”

Haastateltava 3: ”Markkinatutkimus on varmaan yks sellainen. Paikallisen yhteistyökumppanin todennäköisesti tai Finpron kanssa. Mä uskon, että heiltäkin löytyy siihen apua. Ja sitten tietenkin tämmöiset juridiset asiat, yrityksen perustamisasiat, niin Finpro varmaan auttaa myöskin niissä.”

Haastattelija: ”Entä sitten, miten esimerkiksi kannattaako jotain messuja tai muita tapoja käyttää?”

Haastateltava 3: ”Se riippuu varmaan siitä mitä sinne lähtee tekemään, mutta kyllähän messut varmaan on yks keskeinen väline tulla markkinoille ja saada näkyvyyttä.”

Haastattelija: ”Entä sitten, jos on tehty markkinatutkimus ja on potentiaali ja sit pitäis vaikka löytää sopiva toimipaikka tai jokin muu sellainen, niin mistä sitten sais apua?”

Haastateltava 3: ” Mä en oikein tohon tiedä, meidän toimipaikka on sinne jo perustettua ja ihan muuten tullut valittua. Todennäköisesti se löytyy varmaan parhaiten paikallisten kiinteistöihmisten kautta löytyy parhaiten ehkä, että ottaa heihin yhteyttä ja kertoo reunaehdot, että mitä se saa maksaa ja mitä odottaa sen sijainnilta.”

Haastattelija: ”Selvä, reunaehdot, mitä saa maksaa, joo semmoiset... tulisiko vielä mieleen, miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?”

Haastateltava 3: ”No, niin kun joka paikkaan, niin nöyrällä mielellä joka paikkaan täytyy lähteä eikä henkseleitä paukutellen, ja... ja kyllähän se pienin askelin tarvii jokaisen lunastaa se paikkansa. Hyvällä toiminnalla ja terveellä asenteella, hyvin tehdyllä työllä tai tuotteella niin eiköhän siellä pärjää. Ja epärealistia odotuksia ei tietenkään kannata viljellä. Että tietenkin, jos keksii jotain uutta, mutta jos lähdetään sillä, että ollaan JO keksittyjen asioiden ja tuotteiden kanssa liikenteessä, kova työ on ainoa tapa mun mielestä ja hyvä markkinointi ja hyvin tehdyt työt.”

Haastattelija: ”Siinä tulikin jo kattavasti. Onko Teillä vielä jotain muuta aiheeseen, mitä kannattaisi huomioida?”

Haastateltava 3: ”No se sit, kun siellä pääsee aloittamaan saksalaisten yritysten kanssa näitä töitä ja pääsee laskuttamaan ensimmäisen kerran, niin yllättävää kyllä, niin

tämmöinen meidän jokapäiväinen ja normaali pankkimaailmakäytäntö BIC- ja IBAN-koodeineen esimerkiksi tuntuu paikoitellen saksalaisissa yrityksissä täysin vieraalta. Ja kun maksuliikenne ei oo Suomessa ainakaan enää moneen vuoteen oo toiminut ilman niitä, niin se joskus ihmetyttää, kun niitä pitää perätä. Niit' ei oo mihinkään laskukaavakkeisiin valmiiksi printattuna - melkein joka kerta ne saa pyytää. Ja toinen aihe ehk', se että sopimusten selkeyteen kannattaa kiinnittää huomioon, ett' jotenkin tuntuu, että Suomessa me ollaan niin perirehellisiä niin myyjä kuin ostajapuolikin, se mikä puhelimessa on sovittu niin molemmat sen yleensä muistaa, mutta siellä se EI kyllä ole niin; kaikki pitää olla paperilla."

Haastattelija: "Selvä!"

Haastateltava 3: "Ja siihen myöskin pitää varautua, että vaihtelee varmaan yrityskohtaisesti sekin, jos Suomessa on maksuehtona 14 päivää netto, niin noin 80-prosenttisesti tarkoittais sitä, että yritykset maksavat sen näin, mutta Saksass' se ei toimi näin. Siellä on vähintäänkin puolet pidempi se maksusaamisten kierto, että jos on 14 päivää netto, niin hyvä, että kuukauden sisään rahat tulee."

Haastattelija: "Entä noista pankkitunnuksista, oliko IBAN ja SWIFT, joista sanoitte, että ne ei oikein vielä Saksassa oo kattavasti?"

Haastateltava 3: "Joo, se ei oo aina itsestäänselvää, että saa aina metsästää."

Haastattelija: "Joo, aivan joo. Selvä, tuossa tulikin jo kattavasti, kiitoksia paljon vastauksistanne!"

Haastateltava 3: "Joo, ole hyvä!"

8.5 Teemahaastattelu 4

Haastattelija: "Teemahaastattelu aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, 7.7.2010, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana Lasse Suominen Stresstech Oy:stä. Kuuluuko hyvin?"

Haastateltava 4: "Kyllä, joo."

Haastattelija: "Joo! Ensin hieman taustatietoa, millaisissa tehtävissä toimitte?"

Haastateltava 4: "Toimitusjohtaja."

Haastattelija: "Entä, kuinka kauan olette toimineet Saksassa?"

Haastateltava 4: "Me ollaan toimittu (puppuppuu), no vois sanoo vuodesta -83 jossakin muodossa."

Haastattelija: "Aivan selvä. Oletteko olleet siinä mukana alusta asti?..."

Haastateltava 4: "En ole ollut."

Haastattelija: "...siinä Saksan yksikön toiminnassa. Joo, tai entä millä tavalla toimitte Saksassa? Onko Teillä oma myyntikonttori tai tuotantolaitos siellä?"

Haastateltava 4: "No, meillä oli alkujaansa, meillä oli siellä oma edustaja ja vuodesta -98 meillä on ollut oma myynti... yhtiö, tai käytännössä myyntiyhtiö."

Haastattelija: "Aivan onko siis kuin monta vuotta yhteensä ollut?"

Haastateltava 4: "Vuodesta -98."

Haastattelija: "Aivan, siis yhteensä 12 vuotta. Jooho, selvä. Entä millä yritysmuodolla toimitte siellä?"

Haastateltava 4: "Se on ihan normaali GmbH."

Haastattelija: "Selvä. Onko mikä syynä tai taustalla tai semmoinen, että valitsitte sellaisen yritysmuodon?"

Haastateltava 4: "Se oli kai se järkevin, en mä nyt tiedä, tai muista siitä muuta syytä. Ei me muuta harkittukaan."

Haastattelija: "Selvä. Joo. Oliko siinä sitten jotain, jotain, öö... taloudellisii tai juridisii seikkoja, tai muuta, vaikka imagoasiaa tai muuta?"

Haastateltava 4: "No kai se oli se juridisen käytännön asioiden hoitaminen. Se syy lähinnä siinä todennäköisesti oli."

Haastattelija: "Oliko se kuin helppo tai vaikea perustaa?"

Haastateltava 4: "Se oli suht koht helppo, ei siinä muistaakseni ollut paljon kommervenkkejä, ett' se meni aika suoraviivaisesti."

Haastattelija: "Entä missä päin Saksaa toimitte?"

Haastateltava 4: "Se on semmoisess' paikkaa kuin Höhn."

Haastattelija: "Höhn?"

Haastateltava 4: "H-Ö-H-N."

Haastattelija: "Aivan, joo, Höhn, onko se missä?"

Haastateltava 4: "Joo, tota noin se on siinä Westfalenissa suunnilleen Frankfurtin ja Kölnin puolessavälissä."

Haastattelija: "Selvä, jooho, onko mikä vaikuttanut siihen, että olette valinneet kyseisen alueen toimipaikaksenne?"

Haastateltava 4: "No, primääristi se tuli. Silloinen vetäjä asui siellä."

Haastattelija: "No, onko siellä alueella millainen vaikka tilanne muuten, että onko kilpailua paljon tai vähän?"

Haastateltava 4: "No, ei meillä varsinaista kilpailua oo."

Haastattelija: "Selvä. Entä onko siellä muuten kustannustaso millainen, esimerkiksi jos on vaikka toimitilan vuokran tai oston suhteen?"

Haastateltava 4: ”No ehdottomasti se on halvempi kuin jossain suurkaupungissa, koska se on ihan maaseutua.”

Haastattelija: ”Selvä, entä onko siellä kuin helppo saada osaavaa työvoimaa siellä alueella?”

Haastateltava 4: ”No ei oo, ei oo, se on turhan syrjässä.”

Haastattelija: ”Selvä, joo, että semmoinen haaste. Entä miten sitten ootteko tarvinneet, palkanneet paikallista työvoimaa sinne?”

Haastateltava 4: ”On on.”

Haastattelija: ”Joo, entä oletteko käyttäneet siinä jotain paikallista tai suom.. kotimaista välittäjää?”

Haastateltava 4: ”Ei oo käytetty, se tuli sitä kautta luonnollisesti. Se vetäjä, hän on sitten palkannut sinne lisää työvoimaa.”

Haastattelija: ”Selvä. Onko sitten Saksassa tullut jotain eroja verrattuna Suomeen esimerkiksi työsopimusasioissa?”

Haastateltava 4: ”Ei oo mun tietooni tullut, koska me tehdään paikallisesti. Ei oo mun tietooni tullut mitään uutta.”

Haastattelija: ”Entä muuten, tota, millaisia kokemuksia yrityksillänne on Saksan markkinoilta, onko helppo tai vaikea markkina?”

Haastateltava 4: ”No, me kun ollaan uudella tuotteella,... vaikea oli alkuun, mutta vaikea se on niin kuin kaikki markkinat (naurua).”

Haastattelija: ”Joo, mikä siinä on ollut suurimpia haasteita tai vaikeuksia?”

Haastateltava 4: ”No, uuden teknologian sisäänajo, ett’ kun maa on hyvin konservatiivinen, niin se on erittäin työläs.”

Haastattelija: ”Ahaa, selvä. Entä sitten palvelun suhteen, onko saksalaisilla asiakkailla jotain erilaisii odotuksia kuin suomalaisilla?”

Haastateltava 4: ”No ei olennaisesti, ei...”

Haastattelija: ”Joo, entä sitten jos jotain haasteita on ollut, niin ootteko mistä esimerkiksi jostain Finpro tai tällöinen joku konsulttitoimisto, saannut mistään apua?”

Haastateltava 4: ”No ei me Saksan suhteen olla käytetty mitään.”

Haastattelija: ”Joo, niin ettei mitään ulkopuolista tai muuten?”

Haastateltava 4: ”Tai no silloin kun perustettiin firma, niin oli meillä lakiasiantomisto hoitamassa käytännön asioita.”

Haastattelija: ”Aa, joo, oliko mahdollinen tota... Niin, lakiasioissa, että kannattaako käyttää saksalaista tai suomalaista, että onko mitään eroa siinä?”

Haastateltava 4: ”No en mä tiedä, me käytettiin silloin suomalaista, jolla oli konttori Frankfurtissa tän kuvion aikaaan.”

Haastattelija: ”Selvä. Entä onko sitten muuta vaikka sopimusten tekoon tai kirjanpitoon, verotukseen liittyviä semmoisia eroja?”

Haastateltava 4: ”Ei, ne täytyy hoitaa paikallisesti.”

Haastattelija: ”Jooho. Aivan kun, joillakin on aikaisemmin tullut vastaan tai puhuttu veroneuvojista, että onko Teillä semmoista tai semmoista kokemusta?”

Haastateltava 4: ”Tottakai, se on, Saksassahan se on käytännössä pakko. Että meillähän on kirjanpitäjä, joka on samalla veroneuvoja, *Steuerberater*, joka on saksalainen, joka on käytännössä pakko olla Saksassa. Se on tilintarkastaja, kirjanpitäjä ja vähän kaikkea samalla.”

Haastattelija: ”Entä muuten miten yleensä sanotte noista haasteista? Sanoitte, jotain konservatiivisuutta ja joku ehkä vähän... uuden teknologian omaksumista. Onko muita sellaisia suurimpia haasteita, joita yleensä Saksassa tulee vastaan?”

Haastateltava 4: ”No ei, en mä... nyt yks- kaks tuu muuta mieleen.”

Haastattelija: ”Entä onko sitten markkinoinnissa tai muussa mitään mitä pitää ottaa huomioon?”

Haastatteleva 4: ”No, ei, mutt’ meidän tapauksessa, koska me ollaan business-to-business, niin pitää olla saksalainen paikalla käymässä.”

Haastattelija: ”Aivan, jooho. Entäs miten sitten millaisia suurimpia kaupallisia mahdollisuuksia näette Saksassa esimerkiksi suomalaisten yritysten näkökulmasta?”

Haastateltava 4: ”No, totta kai se on se mitä se tekee... Me ollaan parikin kertaa suurempi markkina-alue kuin Suomi, meillä se on ihan itsestäänselvyys, kun me toimitaan (auto)teollisuudessa.”

Haastattelija: ”Hmm, tota, osaatteko arvioida miten olisi vaikka pk-yritysten näkökulmasta, että millaisia haasteita tai mahdollisuuksii pk-yrityksillä vois olla?”

Haastateltava 4: ”No, en mä nyt osaa sanoo mitään olennaista eroa muihin maihin nähden. Ett’ Saksa on nyt varmasti helpompi kuin johonkin Aasiaan lähteä.”

Haastattelija: ”Onko mitään kieli- tai kulttuurieroja, joita on tullut vastaan?”

Haastateltava 4: ”No, kielieroja, että Saksassa pitää osata saksaa.”

Haastattelija: ”No, tota, tuisko Teillä vielä mieleen jotain semmoisia vinkkejä tai kehitysehdotuksia suomalaisille Saksaan lähteville yrityksille?”

Haastateltava 4: ”puh...”

Haastattelija: ”Miten kannattais vaikka aloittaa?”

Haastateltava 4: ”No en mä nyt ex tempore osaa muuta sanoa kuin se, että, jos sinne lähtee, niin saksan kieli pitää olla tavalla tai toisella hallussa.”

Haastattelija: ”Joo, selvä. Ja sitten siinähan tosiaan saksan kielen taidossa... tota... ite oon ollut Itävallassa vaihdossa, Wienissä viis kuukautta, niin huomasin, että saksan kielessä kun on vielä jotain eroja. Että se Etelä-Saksassa voi olla vaikeampi ymmärtää kuin mitä suomalainen koulusaksa. Niin, jotain paikallisia eroja, niin onko jotain niitä tullut siellä vastaan?”

Haastateltava 4: ”No, ei me niitä... meidän Saksan toimisto tekee kauppoja Itävaltaan ja Sveitsiin, enkä mä oo siinä suhteessa huomannut eroja, enkä kuullut kommentteja, että kyllä tulee saksalla toimeen.”

Haastattelija: ”Entä oletteko jotain messuja käyttänyt? Onko Teillä jotain sellaista kokemusta?”

Haastateltava 4: ”No, kyllä me ollaan messuja käytetty vuosittain.”

Haastattelija: ”Entä jos ajattelette, että kannattaisko, jos ois sellainen suomalainen pk-yritys, niin mitä kautta hankkia tietoa?”

Haastateltava 4: ”Öhöm... (yskäisy), no parashan tapa on käydä katsomassa, että ennen kuin menee itse messuille, niin käydä vierailemassa.”

Haastattelija: ”Osaatteko semmoista sanoa, että kuinka aikaisin kannattaa olla liikenteessä, jos vaikka ajattelis osallistua seuraavan vuoden messuille?”

Haastateltava 4: ”En mä tiedä, osaa vastata, kun me ei täältä käsin sitä hoideta, niin en mä osaa sanoa.”

Haastattelija: ”Entäs tuleeko muuta mieleen, miten ensin kannattaa tehdä kartoitusta, vaikka, että millaista on kilpailu ja missä ois hyvä toimipaikka?”

Haastateltava 4: ”No, se se nyt tietenkin kannattaa katsoa, että se on lähellä teollisuutta, tai niitä asiakkaita, oli se sitten kuluttaja, no kuluttajiahan on tietysti joka puolella, mut semmonen kun on firmat asiakkaita niin nehan on nyt keskittyneitä ja Saksassahan on erityisen keskittynyttä joillakin alueilla. Se nyt kannattaa katsoa, että mihin/ miten lähelle kannattaa keskittyä.”

8.6 Teemahaastattelu 5

Haastattelija: ”Hyvää päivää, teemahaastattelu, teemahaastattelu 2.7.2010, aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän

ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana maahantuontitehtävissä toimiva mies.

Kuuluuko hyvin?”

Haastateltava 5: ”Kyllä kuuluu.”

Haastattelija: ”Eli ensinnä, kauan olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 5: ”Hmm...18 vuotta.”

Haastattelija: ”Aivan selvä. Entä millä tavalla toimitte Saksassa? Onko Teillä esimerkiksi myyntikonttori, varasto, tuotantolaitos siellä?”

Haastateltava 5: ”Oma toimisto, jonka kautta toimitaan.”

Haastattelija: ”Entä millainen yritysmuoto siinä on?”

Haastateltava 5: ”Tää vastaa Suomessa tota...Suomessa tota noin, yhden miehen toiminimeä.”

Haastattelija: ”Aivan, millä perusteella ootte valinnut sen yritys...yritysmuodoksenne?”

Haastateltava 5: ”No, tää oli ainoa oikea, koska on sen verran pienimuotoista toimintaa.”

Haastattelija: ”Aa, selvä. Oliko siinä sitten kuin helppo miten, jos ajattelee, lakitekniset seikat verrattuna vaikka muihin yhtiömuotoihin?”

Haastateltava 5: ”Kyllähän totta kai silloin, jos perustaa ton osakeyhtiön tänne Saksaan ja siinä tarvii silloin lakimiehen apua ja prosessi on pitempi. Mutta tota toiminimen perustaminen kestää puoli tuntia.”

Haastattelija: ”Joo, elikkä puoli tuntia, niin nopea on?”

Haastateltava 5: ”No, sanotaanko näin raakasti, että se on ilmoitusluontoinen asia.”

Haastattelija: ”No, oliko siinä sitten jotain kustannuksissa tai muussa, oliko kuin edullinen?”

Haastateltava 5: ”No tämä toiminimen perustaminen ei maksa muistaakseni kuin muutaman kympin.”

Haastattelija: ”Selvä- Aivan, entä sitten missä päin Saksaa toimitte?”

Haastateltava 5: ”Pohjois-Saksassa.”

Haastattelija: ”Selvä, onko... Voitteko sanoa tarkemmin mikä osavaltio, liittovaltio?”

Haastateltava 5: ”No, tää on Pohjois-Saksaa.”

Haastattelija: ”Aivan, millä perusteella olette valinneet kyseisen alueen toimipaikaksenne?”

Haastateltava 5: ”Tota, tää oli aikoinaan... satuin eksymään tänne 18 vuotta sitten, tuota noin, ihan tuurilla (naurua) tää valinta...”

Haastattelija: ”Entä millaisii käytännön kokemuksia sitten yrityksellänne on Saksan markkinoilta? Onko kuin helppo tai vaikeaa?”

Haastateltava 5: ”No sanotaanko niin, että kyllähän täällä tota... tulee aika paljon jäljessä tää byrokratia verrattuna Skandinavian maihin, että se byrokratia on kovempaa joka suhteessa joka puolella.”

Haastattelija: ”Onko erityisesti missä asioissa byrokratiaa esimerkiksi vaikka yrityksen perustamiseen liittyen?”

Haastateltava 5: ”No, kaikissa viranomaisasioissa on meillä enemmän byrokratiaa ja ilmoitusvelvollisuutta.”

Haastattelija: ”Selvä, onko sit’ jossain verotus- tai kirjanpitoasioissa tullut jotain erikoista?”

Haastateltava 5: ”Ei oo ollu mitään erikoista.”

Haastattelija: ”Selvä. Jaaha. Entä miten muuten onko jotain kieli- tai kulttuurieroja, jotain sellaisia, jossa olisi huomioitava?”

Haastateltava 5: ”Ei oo muuta huomioitavaa, kuin se, että ei Saksan maassa pärjää, jos ei osaa kieltä. Mut jos sen hallitsee, niin asiat on kunnossa.”

Haastattelija: ”Miten, osaatteko sanoa, että onko parempi, että ite osaa siellä kieltä vai käyttää siellä tulkkia tai jotain?”

Haastateltava 5: ”Sanotaan näin, että kyllähän tulkinkin käyttäminen on ok, mutta riippuen tietenkin... riippuen tietenkin tosta tuotteesta ja alasta, niin voi olla vaikeeta joka alalla käyttää tulkkia, että silloin menee toiminta, joko vaikeutuu tai hidastuu.”

Haastattelija: ”No, entäs sitten millaisia suurimpia haasteita Saksan markkinoilla on yleensä tullut vastaan?”

Haastateltava 5: ”Ah, no siis kyllähän Euroopan markkina on suurempi ja välimatkat on lyhyitä, täällä asuu 200 miljoonaa ihmistä pienemmillä alueilla ja kyllähän silloin haasteita on olemassa verrattuna tonne pohjoiseen Suomeen ja kyllähän täällä on haasteita joka alalla.”

Haastattelija: ”Selvä, jooho, entä sitten vaikka saksalaisten yritysten kanssa kommunikointi ja laskutus, onko siinä mitään?”

Haastateltava 5: ”Hmm, no nyt en kyllä kuullut.”

Haastattelija: ”Että miten tuota esimerkiksi sitten saksalaisten yritysten kanssa, että osaatteko siis sanoa, että miten kommunikaatio ja laskutus, onko siinä jotain huomioitavaa?”

Haastateltava 5: ”Ei, mulla kyllä on toiminut hyvin. Saksalainen yritys maksaa kyllä ihan hyvin laskunsa. Joskin tottakai joskus on, että se kestää jonkun verran pidempään, mutta ei oo ollut suurempaa.”

Haastattelija: ”Aivan, kun tuosta on ollut ehkä hieman ristiriitaista tietoaakin.

Tutkimusten mukaan kun Saksassa ne laskutusajat on Euroopan lyhyimpiä, mutta saattaa olla ihmisillä kokemusta, että siellä saattaa olla pidempiä.”

Haastateltava 5: ”Mä veikkaan, että siinä saattaa olla pitkälle henkilökohtaisen panoksen kautta, sitä voidaan lyhentää sitä aikaa, että miten hyvin tulee toimeen sen hetkisen henkilökohtaisen kumppanin kanssa. Niin mä veikkaan, että sillä on suuri merkitys.”

Haastattelija: ”Entä osaatteko sanoa, kuinka tarkkoja saksalaiset yritykset on siitä laskujen maksamisesta esimerkiksi? Että esimerkiksi jos on vaikka joku myöhästyminen laittavatko, laittavatko jonkun muistutuksen tai sitten vaikka...”

Haastateltava 5: ”Kyllä, normaali prosessi, normaali muistutus.”

Haastattelija: ”...joo, etteivät sitten yllättäen katkaise sähkön tai tavarantoimitusta?”

Haastateltava 5: ”No, siis ei sitä, mutta kyllähän sekin varmaan jossakin vaiheessa tulee eteen. Kyllähän täällä varmaan näin enemmän toimitaan, että jos ajat on kuluneet umpeen, niin sitten...”

Haastattelija: ”Entä sitten mitkä on semmoiset suurimmat kaupalliset mahdollisuudet Saksassa suomalaisyritysten näkökulmasta, jos ajattelee suomalaisyritysten, pk-yritysten...”

Haastateltava 5: ”En pysty tuohon mitään sanoa, koska se on niin alakohtainen juttu, en tuohon pysty vastaan kokonaisvaltaisesti, millä alalla ollaan, on paljon näkemyksiä ja sanoisin, että on alakohtainen...”

Haastattelija: ”Selvä! Entä osaatteko sanoa onko mitään saksalaisilla yrityksillä millaisia eroja palvelun suhteen niin kun odotuksissa?”

Haastateltava 5: ”No tuota, sanotaan näin, että palvelua...palveluahan täällä saa aika vähän Saksassa, mutta ehkä sitä saa muualla vähemmän. Et tuota, kyllähän nää varmaan aika paljon odottaa muilta näkemättä, sitä että ite ei palvele senkään vertaa. Mut tuota vaikea kokonaisvaltaisesti sanoa.”

Haastattelija: ”Entä ootteko mistä saannut tietoa esimerkiksi kilpailutilanteesta Saksan alueella tai muusta?”

Haastateltava 5: ”Joo, kyllä kilpailutilanteestakin saa monelta puolelta tietoa.”

Haastattelija: ”Joo, onko ollut mitä kautta, onko ollut joku Finprolta tai konsulttiyhtiöltä, yksityinen?”

Haastateltava 5: ”Ei oo ollut mulla mitään sellaista.”

Haastattelija: ”Eli ette ole olleet Finprohon, Finnveraan tai Fintraan yhteydessä?”

Haastateltava 5: ”Ei ole oltu.”

Haastattelija: ”Entä onko Teillä mitään messuista kokemusta?”

Haastateltava 5: ”No se on niin alakohtainen juttu toi messut, että mun alaan ei liity esimerkiksi, ei auta toi messut.”

Haastattelija: ”Selvä. Jooho. Onko Teillä jotain vinkkejä tai kehitysehdotuksia Saksaan lähteville suomalaisyrityksille? Että mistä niitten kannattaa vaikka lähtee hankkimaan tietoa sit?”

Haastateltava 5: ”Kyllä mä silloin lähtisin, jos tuota, ah, jos Finpro pystyy auttamaan, niin ainahan siellä on ammattilaiset, ammattilaiset, jotka pystyy auttamaan, jotka toimii kohdemaassa. Kyllähän heiltä varmaan ensin varmaan parasta tietoa saa, ainakin lähtötilanteessa.”

Haastattelija: ”Entä tuleeko muuta mieleen, mitä kannattaa käyttää?”

Haastateltava 5: ”No, ei tuu tällä hetkellä mieleen, kyllähän se on varmaan kohdemaana on tutkittava aika tarkasti läpi, kaikki mahdolliset keinot, jota vaan voi käyttää.”

Haastattelija: ”Selvä. Entä tuleeko mieleen vielä, esimerkiksi, mitä kautta kannattaa, jos hakee vaikka sopivaa toimipaikka, niin mitä kautta saa tietoa?”

Haastateltava 5: ”No, mä luulen, että tossakin tapauksessa Finpro auttaa, koska heillä on koko maa hanskassa.”

Haastattelija: ”Selvä, jaaha. Entä miten suomalaisyritysten kannattais lähteä Saksan markkinoille?”

Haastateltava 5: ”Nyt en oikein ymmärtänyt ihan tarkkaan.”

Haastattelija: ”Entä miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?”

Haastateltava 5: ”Miten kannattaa lähteä? Riippuen niin paljon tuotteesta ja ja... Niin tuota, siinäkin mä ehottaisin ammattilaisen puoleen kääntymistä, koska kyllähän täälläkin on varmaan paljon yllätyksiä sattunut, että ollaan lähdetty ehkä liian nopeasti liikkeelle ja sitten ollaan, on hommat pysähtynyt. Kyllä mä luulisin, että Finpro siinäkin auttaa.”

Haastattelija: ”Selvä. Ootteko muuten kuulleet jotain erityistä, mitä sellaista ois?”

Haastateltava 5: ”En ole kuullut...”

Haastattelija: ”Jooho, mitä ois esimerkiksi sattunut?”

Haastateltava 5: ”No, en ole kuullut.”

Haastattelija: ”Entä onko siellä tota alueella, missä toimitte, onko siellä millaista kilpailua tai työvoiman saatavuutta? Oletteko sellaisia asioita ajatellut?”

Haastateltava 5: ”No täällä on hyvä työvoiman saatavuus, koska täällä on paljon työttömyyttä.”

Haastattelija: ”Selvä. Selvä. Entäs sitten oletteko tarvinnut sitten jotain paikallista työvoimaa tai palveluu?”

Haastateltava 5: ”En juurikaan.”

Haastattelija: ”Aivan, jooho. Tuleeko vielä muuta mieleen, jotain mitä kannattais ottaa huomioon sellaisessa yrityksen perustamisessa Saksaan?”

Haastateltava 5: ”Joo, sanottaisko näin, että hyvä asiantuntijat ympärillä, jotka... Kerran vielä, Finpro siinä varmaan auttaa. Ja näin, että jos on hyvät yhteistyökumppanit ja heti lähtöön hyvä veroneuvoja ja hyvä lakimies, joita joku on suositellut.”

Haastattelija: ”Joo, tuosta veroneuvojasta, ootteko mistä löytäneet?”

Haastateltava 5: ”Suosittelujen kautta...”

Haastattelija: ”Jooho, selvä.”

Haastateltava 5: ”...suosittelujen kautta ja paikallisesta... tai oikeastaan netistä.”

Haastattelija: ”Onko kuinka hyvä... pitääkö sitten osata sitten kuinka sen veroneuvojan miten Suomen tai Saksan lainsäädäntöä sekä että vai riittääkö, että osaa Saksan?”

Haastateltava 5: ”Riittää, että osaa Saksan, koska heillä on niin paljon viennin kanssa yhteistyötä, tekemistä.”

Haastattelija: ”Joo, kiitoksia. Eipä tässä muuta tuis mieleen. Tuleeko Teillä mieleen?”

Haastateltava 5: ”No ei. Eipä oikein muuta tule mieleen.”

Haastattelija: ”Kiitoksia paljon vastauksistanne ja oikein mukavaa päivänjatkoa!”

8.7 Teemahaastattelu 6

Haastattelija: ”Teemahaastattelu, teemahaastattelu aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, 19.7.2010, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana... siis haastateltavana Juha Haapanen toimitusjohtaja Suomi Travel GmbH:sta. Kuuluuko hyvin?”

Haastateltava 6: ”Kuuluu jo, kyllä. Hmm...ok.”

Haastattelija: ”Eliikkä ensinnä taustaa, kuinka monta vuotta olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 6: ”Tämä on Suomi Travel GmbH on uusi yritys eli tää on perustettu 1.8.2008 eli kohta tulee vasta kaksi vuotta täyteen ja ala...toimiala on matkailu.”

Haastattelija: ”Selvä. Oletteko ollut mukana siinä toiminnassa ihan alusta asti?”

Haastateltava 6: ”Kyllä, tää on minun oma yritys eli oon perustanut ja oon osakkaana tässä eli tää on osakeyhtiö ja meitä on kaks osakasta tässä.”

Haastattelija: ”Selvä, eli onko käytännössä millainen myyntikonttori tai millainen Teillä on kyseessä...?”

Haastateltava 6: ”No, alusta me toimittiin niin ku kotoa käsin muutama kuukausi eli siinä ensimmäinen puoli vuotta, kun me tarvitaan... käytettiin vaan tietokonetta ja puhelinta ja liikenne... vähän tietoyhteyksiä, mutta nyt sitten vuodesta 2008 meillä on ollut toimisto, myyntikonttori Frankfurt am Mainissa keskellä kaupunkia.”

Haastattelija: ”Aivan, selvä joo. Millä perusteella olette valinneet Frankfurt am Mainin toimipaikaksenne?”

Haastateltava 6: ”No tää on Saksan keskeinen liikealan tai liiketoiminnan ah... toimintapiste ja, koska mä oon täällä aikaisemmin asunnut kanssa, niin täältä on hyvät yhteydet Suomeen, Suomeen päin esimerkiks justiin ja sitten täällä on monen liikealan yrityksen pääkonttorit tai toimipisteet, eli tää on niin kun pankkielämän ja liike-elämän yksi keskeisiä paikkoja Saksassa. Düsseldorf ois tietysti toinen mahdollinen ollut, tai Berliini, mutta tota Frankfurt on siinä mielessä, tästä pääsee hyvin eri puolille Saksaa, jos täytyy tehdä asiakaskäyntejä.”

Haastattelija: ”Selvä, jooho. Eli, onko asiakkaista siinä sitten lähellä Frankfurtin alueella?”

Haastateltava 6: ”No, täs on, oikeastaan me toimitaan aika pitkälti internetin kautta sähköisesti niin ja puhelimella, niin oikeastaan näitä asiakaskäyntejä toistaseks’ ei oo tarvinnut tehdä, että se menee fyysisesti tai oikeastaan etätyönä kaikki myyntitoiminta.”

Haastattelija: ”Öö..onko Teillä enemmän noita yritys- vai yksityisen puolen asiakkaita, että onko?”

Haastateltava 6: ”No, meillä on molempia. Eli meillä on, tää jakaantuu vähän neljään segmenttiin, eli meillä on yksittäisille matkailijoille suunnattuja lomapaketteja, tai he voivat ostaa pelkän lennon tai laivamatkan ynnä muuta ja sitten tälläisiä isoja matkoja esimerkiksi työntekijöille suunnattuja kannustematkoja, palkintomatkoja, niin kun yritykset palkitsevat hyviä työntekijöitään esimerkiks’ Lapin matkalla, ja me tuota hoidamme silloin nää matkanjärjestelyt ja kolmas on tietysti kokousmatkailuun, joka on vielä aika alkutekijöissään. Ja se on suunnattu niin kun yhteisyrityksille. Et se on oikeastaan puolet ja puolet tällä hetkellä.”

Haastattelija: ”Entä onko siellä Frankfurtin alueella millainen kustannustaso, jos ajattelee vaikka toimitilan vuokra tai osto?”

Haastateltava 6: ”Hmm, no täällä on kustannustaso ollut aikaisemmin korkea, että vuokrat ja asunnot on kalliita, mutta täällä hetkellä laman myötä, joka ei Saksassa

mennyt niin pahaksi kuin Suomessa, niin täällä on vapaata vuokratilaa tällä hetkellä, että jos hankkii uutta vuokratilaa, niin tällä hetkellä on hyvä mahdollisuus hakea ja itsekin... me ollaan nyt vaihtamassa vuokratilaa, syys- tai lokakuun alusta.”

Haastattelija: ”Aivan. Entä mitä kautta sitten ootte löytäneet nää toimipaikat, nää vuokratilat?”

Haastateltava 6: ”No, se on internetin kautta.”

Haastattelija: ”Jooho.”

Haastateltava 6: ”Ja täällä on aika paljon, paljon internetsivustoja, mistä löytää kiinteistöjä joko myynnissä tai vuokralla eli sitä kautta.”

Haastattelija: ”Jooho, tuleeko mieleen mitään mikä ois semmoinen hyvä?”

Haastateltava 6: ”No esimerkiksi immowelt.de tai sitten toi immobilienscout24...”

Haastattelija: ”Siis, miten oli Immobilienz...? Miten kirjoitetaan?” (Kirjoitusasu on tarkistettu myöhemmin.)

Haastateltava 6: ”Ja sitten on tietysti aika paljon näkyy, kun liikkuu kaupungilla, on kylttejä, missä on vapaata tilaa, puhelinnumerot ja ynnä muuta, se on yks vaihtoehto aina löytää.”

Haastattelija: ”Entä oletteko palkanneet jotain paikallista työvoimaa?”

Haastateltava 6: ”Ah, no, meitä on nyt kaks töissä, toinen osakas on, tekee osin töitä, ja tällä hetkellä en ole lähtenyt ketään muuta palkkaamaan vielä ketään, koska tää on uusi yritys. Ja toisaalta henkilöstökulut ovat korkeat Saksassa, niin et siinä ei, tulee monenlaiset sosiaalivakuutukset ja muut, niin ei tässä vaiheessa kannata lähteä palkkaamaan.”

Haastattelija: ”Aivan sosiaalivakuutukset..”

Haastateltava 6: ”Mull’ on aika paljon kyllä tullut kyselyjä, näi... etenkin suomalaisilta, jotka asuvat täällä Saksassa, että oisko mahdollista palkata, mutta en vielä ole lähtenyt siihen.”

Haastattelija: ”Aivan joo. Onko sitten siinä työllistämisessä muuta kuin ne sosiaalivakuutukset muita semmoisia haasteita?”

Haastateltava 6: ”Onhan siinä, se työllistää sitten ja siitä tulee myös...no.. kirjanpidollisia asioita ja palkanlaskuun ja muita... Ja sitten - kyllähän se lisäisi esimerkiksi minunkin henkilökohtaista työmäärää. Jotta, tota.... ja sen takia, yksi kanssa ongelma on löytää esimerkiksi sopiva henkilö töihin. Meillä on esimerkiksi kun mä oon ollut lomalla niin, mulla on ollut sijainen täällä..., hmm... mutta puuttuu hyviä, sopivia henkilöitä, jotka pyrkisivät hoitamaan työnsä täällä.”

Haastattelija: ”Onko missä sitten suurin haaste? Onko joku koulutus tai kielitaito tai millainen?”

Haastateltava 6: ”No siinä on molempia. Että, useimmilla kyllä koulutusta on, mutta sitten tässä pitää tosi hyvin tietää Suomea, ylipäänsä suomea ja sitten olla hyvä asiakaspalvelussa. Eli saksalainen asiakas on vaativa ja sä et voi puhelimesta vastata, että ”en ihan tiedä” tai ”katsotaan nyt”, että siinä pitää vähän osata tällainen puhelimesta vastaaminen. Ja Suomessa yleensä muutenkin, niin Suomessa vastataan liian lyhykäsesti esimerkiksi kirjallisesti tiettyihin asioihin, eli jos asiakas pyytää tietoa. Niin niin, saksalainen asiakas haluaa aika paljon informaatiota. Niin se on vähän niin ku ...puuttellinen suomalaisilla.”

Haastattelija: ”Joo, niin sanoitte tuosta, että saksalainen asiakas on sillein vaativampi ja haluaa enemmän tietoa, niin onko se kirjallisessa vai suullisessa muodossa?”

Haastateltava 6: ”No, se työllistää tietty enemmän. Mutta tehdään jo aika hyvin yleensä pohjatyo eli meidän tuotteissa ja matkoissa, niin niin... me laaditaan aika laajat selvitykset jo asiakasta varten ja sitten saksalaiselle asiakkaalle, jos hän matkustaa, niin pitää aina kertoa näistä matkavakuutuspuolesta ja sitten jokainen, sitten jokainen, kun me myydään pakettimatkoja, he saavat tällaisen konkurssivastuuvakuutuksen, takuun, siitä, että jos he maksaa matkansa, niin he saavat siitä vakuutuksen kautta rahansa takaisin, jos matkanjärjestäjä menis konkurssiin. Eli meillä on tällaiset takuujärjestelmät, samoin myös tällainen henkilö- ja vastuuvakuutus aina jokaiselle matkailijalle, joka on lainsäädännöllinen käytäntö täällä Saksassa. Eli vakuutuspuolella on monenlaista, mitä pitää niin ku huomioida.”

Haastattelija: ”Ootteko käyttäneet vaikka käännöspalveluita liittyen tai miten ootte ratkaissut kieliasiat?”

Haastateltava 6: ”No mä itse oikeastaan käännän tekstit aika pitkälti. Eli aikasemmin oon todennut, kun oon ollut alalla pitkään, niin opit... kääntäjät, ja että Suomessa koulutetut kääntäjät eivät välttämättä osaa matkailualan sanastoa, siihen liittyviä sanastoja ja tota sen takia niin oikeastaan oon yleensä käännetty itse. Mutta mäkin käännän.. tarkistutan tekstit saksalaisella, eli meidän toisella osakkaalla, joka on saksalainen, hän vielä lukee ne tekstit läpi ja laatii ne vielä ehkä saksalaiseen näköön tai näkökulmaan. Että siinä... niin kielen kääntäminen tai tekstin kääntäminen ei ole yleensä helppoa ja siinä monesti säästetään liikaa, ja se on Suomessa kallista kyllä, jos katsoisit niitä käännöshintoja, mutta onneks itse pystytään hoitamaan se aika hyvin ja tiedetään sit, että se tulee oikein.”

Haastattelija: ”Selvä, onko mitään muuta kieli- tai kulttuurieroja, mitä yrityksen pitäisi huomioida?”

Haastateltava 6: ”No kyllä saksalainen odottaa nopeata vastausta aina. Ja samoin aika... heillä on yllättävän vähän tietoa Suomesta ylipäänsä. Että, jos täällä haluaa markkinoille kanssa tulla, niin yleistieto on aika huono, eli pitää laatia kyllä erittäin kattavat materiaalit, jos haluaa niin kun esitellä. Ja ja, no täällä on nyt sitt’ tietysti alueellisia eroja ihmisten välillä niin ku Suomessakin, että...”

Haastattelija: ”Selvä. Onko millaista esimerkiksi vaikka tuolla Frankfurtin alueella miten, eroaako vaikka mitenkään suomalaisista nää kuluttajat/ asiakkaat odotukset palvelun suhteen tai muuten?”

Haastateltava 6: ”Hmm, no kyllähän se niiku, no mitenkä sen nyt vielä sanois... yleissääntönä vois sanoa, että saksalaiset edellyttää erityisen kohteliasta palvelua, jota Suomessa on, mitä Suomessa ei niin ku noteerata riittävästi. Ja tervehditään niin ku amerikkalaisetkin sanoo nimen aina puhuttelun yhteydessä eli samanlainen käytäntö on Saksassa, että puhutellaan sukunimellä paljon ja tervehditään joka paikassa. Että sellaista, pienet muutoseikat noissa kirjeenvaihdossa ja keskustelussa on aina keskeistä.”

Haastattelija: ”Selvä. Entä sitten, sanoitte, että yritysmuotonanne on GmbH, niin millä perusteella olette valinneet sen yritysmuodoksenne?”

Haastateltava 6: ”Osakeyhtiö on Saksassa tuota, täällä ois kyllä toiminimi ollut ehkä mahdollista, mutta kyllä mä päädyin niin ku siihen osakeyhtiöön, ehkä sen joustavamman toiminnan takia ja sitten, mä päädyin, mulla oli apuna aluks asianajaja, joka laati nää AGB, eli mikäs se on suomeksi, *Allgemeine Geschäftsbedingungen*, eli yleiset...”

Haastattelija: ”...yleiset joku laki...joku?”

Haastateltava 6: ”...toimintaohjeet...”

Haastattelija: ”...yrityksen perustamiskirjat tai joku, täh?”

Haastateltava 6: ”No ne on on nää säännöt, että, jos asiakas varaa jotain matkaa, niin siellä näkyy irtisanomisehdot ynnä muut tai varausehdot - yrityksen toiminta...säännöt! Mä en muista mikä se on suomeks valitettavasti. Ja sitten tietysti asianajaja tarkistaa kaiken mitä sähköpostissa pitää olla ja kirjeenvaihdossa yleensä pitää olla tietyt formaliteetit mukana... Hmm, sitten mulla on kirjanpitäjä tai veroneuvoja, joka hoitaa sitten kuukausittaisen kirjanpidon. Se on niin kuin ulkoistettu omalla tavallaan, ett’ se, ja he myös niin kun tekee tilinpäätöksen ja hoitaa palkalaskun, että he helpottavat niin ku toisaalta mun työtä, mutta heille joutuu niin kun kaikki selvittämään mistä on kyse.

Ja sitten jokaiseen laskuun, kun tää Saksan arvonlisäverotus on aika monimutkainen, niin meilläkin joutuu aina miettimään, mikä, jos on yritysasiakas tai matkatoimisto meidän asiakkaana tai yksityisasiakas, että mitä niin kun laskuun laitetaan vaikka [epäselvä sana]numerona, onko pykälä 3a, 3b, 3c tai sit 25. Et täällä on nyt niin ku aika tällaista hienosäätöä aina sitten, että.”

Haastattelija: ”Tuossa, useammat muutkin ovat maininneet ton veroneuvojan. Eliikkä sellainen on kuulemma tärkeä Saksassa, niin mitä kautta semmoisen tavoittaa tai löytää?”

Haastateltava 6: ”Se oli vaikeaa löytää. Oikeestaan, että, Frankfurtissa kanss’, ett’ mä en halunut... Mä oon ollut täällä aikaisemmin ja silloin mulla ei ollut... mulla oli yksityinen tai pieni, pienempi veroneuvoja, ja sitten kun mä perustin yrityksen, niin mä halusin sellaisen löytää sellaisen henkilön tai yrityksen, jolla olisi kokemusta matkailualalta ja verotuksen kysymyksiin, niin, mä olin muutamaan yhteydessä ja ei heillä ollut yhtään kiinnostusta es ottaa uusia asiakkaita ja sit’ tota onneksi löytyi yksi, joka lähti toteuttamaan. Et se ei oo helppoa ja meilläkin on ollut alussa vähän hankaluuksia heidänkin kanssa, että löytää se, löytää se ohjeistus ja kieli, et se on esimerkiksi toimittanut tietyt ohjeistukset näitä kysymyksiä varten, mutta se on aika kapulakieltä se teksti, mikä sieltä tulee välillä, että. Mutta, mutt’ se yhteistyö kehittyy koko ajan niin kun eteenpäin, ett’ näkee sitten. Mutta jos ei ole hyvä veroneuvoja, niin jälkikäteen, jos tulee esimerkiksi jokin arvonlisäveron tarkistus ja se on tehty väärin, niin se on aika kriittinen paikka. Että se pitää alusta alkaen lähteä hoitaan oikealla tavalla.”

Haastattelija: ”Eliikkä, onko siis että sen toimialan tuntemus ja sitten semmoinen joku lakituntemus on (tärkeä) sillä veroneuvojalla?”

Haastateltava 6: ”On joo, ja täällä pian lainsäädäntö muuttuu koko ajan niin kun, että joka vuosi tulee uutta tai saattaa tulla vuoden sisälläkin muutoksia, niin sen takia **ehdottomasti** täytyy olla... täytyy olla tuota hyvä veroneuvoja. Ja tuota, koska sieltä tulee uusia säädöksiä koko ajan.”

Haastattelija: ”Riittääkö, että osaa Saksan lainsäädännön vai pitääkö sitten ylipäätään osata Suomen lainsäädäntö?”

Haastateltava 6: ”No, kyll’ se Saksan lainsäädäntö riittää, ett’ se on Suomen lainsäädäntöön me ei vielä... mutta tietysti yksi mahdollisuus on ostaa jossain vaiheessa tytäryhtiö Suomeen, niin silloin kyllä.”

Haastattelija: ”Niin silloin, joo, silloin, jos on yhtiö Suomessa kanssa niin silloin?”

Haastateltava 6: ”Joo, niin toinen on se, että me tehdään matkailukonsultointia myös ja sen puolen olisi ehkä suotavaa olla tytäryhtiö Suomessa, mutta sitä me ei olla vielä tehty.”

Haastattelija: ”Entä onko yrityksellänne millaisia kokemuksia Saksan markkinoilta? Onko kuin helppo tai vaikea markkina?”

Haastateltava 6: ”Onhan Saksan markkina haastava ja siihen pitää varata aikaa. Eli eli, meilläkin tietty ensimmäinen vuosi oli vaikea, koska oli lama, kysinen lama, lähteä silloin tekemään uutta yritystä. Mutta vähintään se kaksi kolme vuotta pitää laskea siitä alusta siihen yrityksen luomiseen aikaa, etenkin matkailupuolella, mutta se tietty kyllä koskee muitakin kaupallisia aloja. Mutta kyllä täällä se oma aikansa verkoston luomiseen kestää. Niin mulla on kokemusta tästä alasta. On niin, jos täällä lähtee toteuttamaan, niin joutuu laskemaan hieman omaa pääomaa.”

Haastattelija: ”Selvä! Entä muuten, onko vaikka millainen kilpailu teidän alalla siellä Frankfurtin alueella?”

Haastateltava 6: ”Me ollaan oikeestaan ainoa, tai lähes ainoa toimija, Suomi-spesialistina tässä Frankfurtin alueella, mutta me tehdään kyllä muita kan...

Pohjoismaita myöten. Ja tuota, yleensäkin Saksassa, se oli yksi syy miksi sen, tän perustin tämän yritykseni on se, niin oli että Saksassa oli vähentynyt Suomi-kiintiö ja aika moni näistä nykyisistä yrityksistä tulee jatkossa siirtymään eläkkeelle tai ovat siinä iässä, että lähentyvät kuuttakymppiä, niin, niin, oli jo aika niin kun saada tänne uutta toimintamallia.”

Haastattelija: ”Selvä. Entä onko Saksassa muuten miten kilpailua alallanne?”

Haastateltava 6: ”No, matkailuala on nykyisin koviten kilpailtu ala, mutta meidän toimitaan internetin kautta, meillä myynti pääasiassa tulee sähköpostitse ja internetin kautta, mutta monet tietysti soittavat ensin, mikä on aivan yleistä. Ja meidän asiakkaat eivät tule pelkästään Saksasta vaan myös Itävallasta, Sveitsistä ja Belgiasta.”

Haastattelija: ”Muuten, oletteko mistä saanneet tietoa siitä kilpailua? Oletteko hankkineet etukäteen tietoa?”

Haastateltava 6: ”No, itse kun mä oon ollut aikaisemmin täällä Saksassa viis vuotta matkanvälittämiskeskuksen tytäryhtiössä, ja silloin aikoinaan mä tein myyntikäyntejä matkanjärjestäjien luona ja vastaavia, niin mä näin heidän Suomituotantoon ja sitä kautta on tiedossa, että mitä muilla on myynnissä ja kun on ollut 15 vuotta alalla niin on nähnyt sen mitä kilpailijat tarjoaa.”

Haastattelija: ”Aha, joo sellainen on hyvä... entä jos ajattelisitte?”

Haastateltava 6: ”Että Saksassa on niin helppo lähteä näkemään ja me tavoiteltiin ehkä uutta ja vähän toisenlaista tuotantoa, jota kilpailijoilla ei ole, koska heillä ei sitä tarvittavaa osaamista ole.”

Haastattelija: ”Selvä, entä jos ajattelisitte, että ois ihan uutena yhtiönä eikä ois paljoa kokemusta Saksan markkinoilta, niin mistä lähtisitte selvittämään sitä kilpailua ja lähtötilannetta, että miten ois kysyntää?”

Haastateltava: ”No Saksassahan on paljon matkanjärjestäjiä... ja jos katsotaan kilpailutilannetta, niin täällähän on paljon suuria matkanjärjestäjiä kuten TUI Deutschland ja Detour Entreprise, joka kuuluu myös Pohjoismaihin. Heillä on tietty iso jakelukanava eli he myy matkatoimistojen kautta eteenpäin ja heillä on jo isompia, tuottavat ison painetun esitteet. Ja sitten tällaisia keskisuuria matkanjärjestäjiä, jotka tekevät ehkä vähän teemamatkoja ja sitten on näitä pieniä spesialisteja. Ne on oikeestaan entistä... se mitä eri matkailualan tutkimukset on myös osoittanut, niin pienillä spesialisteilla on tää markkina... mahdollisuutta kasvattaa, koska asiakkaat ovat entistä yksilöllisempiä ja hakevat entistä tota... räätälöityjämpiä ja yksilöllisempöä tuotteita ja palveluita.”

Haastattelija: ”Aivan. Joo.”

Haastateltava 6: ”Niin sit se on tän tyyppisten kuin me etu jatkossa.”

Haastattelija: ”Aivan, entä tuo-tuo-tuosta, millaiset on suurimpia haasteita mitkä on tullut Saksan markkinoilla vastaan?”

Haastateltava 6: ”Hmm, no se mikä meillä on tietty ongelmana se, jos meidän tuotteita lähdetään kopioimaan. Tai sitten markkinoilla toimii yritys, yritysmatkailu- ja event-agenttipuolella, niin eivät noudata Saksan lainsäädäntöä eli he eivät ole ottaneet näitä kustannuksia aiheuttavia vakutuoksia ja tällä he säästävät kustannuksia. Ja tän tapaiset kilpailija on markkinoilla vähän ongelma, et he eivät niin kun noudata lainsäädäntöä ja niitä on paljon täällä.”

Haastattelija: ”Aivan ok. Siis, eli epärehelliset kilpailijat siis suurin?”

Haastateltava 6: ”Tavallaan mustia lampaita löytyy täältä markkina-alueelta.”

Haastattelija: ”Selvä, selvä. Entäs sitten?”

Haastateltava 6: ”Sitten tietysti sitten on ongelmana tulee, jos tulee Islannin tapaisia tuhkapilviä.”

Haastattelija: ”Aivan joo.”

Haastateltava 6: ”Onneks meillä ei ollut matkailijoita silloin liikenteessä. Mutta, mutta tuota... siinä tulee sitten ne maksuvelvoiteasiat, kuka korvaa mitään. Et se on sitten aina mielenkiintoinen kysymys.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 6: ”Ja tietysti Saksassa pitää olla erittäin huolellinen noissa tekstityksissä ja materiaaleissa, mitä toimittaa asiakkaille. Esimerkiksi esitteen ja tekstin tai Internet-sivun tekstin pitää olla aitoja tai siis oikein kuvailtuja, jotta ei tule reklamaatioita. Mutta tietysti meillä ei oo onneks tullut, mutta koskaanhan ei voi tietää, koska on olemassa kuluttajia, jotka haluavat joskus käyttää joskus tätä mahdollisuutta hyväkseen. Ja koska on kyseessä palveluala ja niin yksilöllistä palvelua, tai palvelua, ei ole toistavissa oleva tuote vaan siinä voi tulla aina, tapahtua Suomessa jotain yllättävää, että palvelu ei toimikaan. Ja tällaisissa asioissa voi tulla. Ja yks mikä meillä on ollut alan ongelma ollut, etenkin viime talvena, oli muuttuvat hinnat eli laivayhtiöillä oli koko ajan, tuli muutoksia aikatauluihin ja hintoihin, joka niin kun aiheutti meillä erilaista työtä ja vähän vaikeutti myyntiäkin omalla tavallaan.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 6: ”Eli tällaiset ulkopuoliset toimijat tai niin ku palveluidentarjoajat, joiden kanssa me tehdään yhteistyötä, kun meidän verkosto muodostuu aika laajalti, meillä on lentoyhtiöt, laivayhtiöt, vakuutusyhtiöt, autovuokraamot, hotellit, aktiviteettien tuottajat, ravintolat... Eli tää meidän palvelukenttä on melko kattava, kenen kanssa me tehdään yhteistyötä.”

Haastattelija: ”Entä sitten niistä suurimmista kaupallisista mahdollisuuksista, mitä tulee mieleen... millaisii Saksassa on esimerkiksi suomalaisyritysten (tai) palveluyritysten näkökulmasta?”

Haastateltava 6: ”No, oikeestaan, kun Suomi on tuntematon maa ja, ja matkailijoiden määrä Suomessa... Saksasta Suomeen on eli se mahdollisuus pienenä ja eksoottisena maana on olemassa, että on mahdollisuus kasvattaa potentiaalia. Se vaan vaatii hyviä uusia tuotteita, joita me koetetaan koko ajan kehittää.”

Haastattelija: ”Selvä, entä onkos Teillä jotain vinkkejä tai kehitysehdotuksia Saksaan lähteville suomalaisyrityksille, että miten kannattaa lähteä kartoittamaan?”

Haastateltava 6: ”No tietysti kannattaa kysellä muilta yrityksiltä, ett’ miten on toiminta lähtenyt täällä, sitten täällä on tietysti DFHK- kauppakamari, sieltä kautta saa tietoa perustavalle uudelle yritykselle. Heillä on myös toimisto Helsingissä.”

Haastattelija: ”Aivan, entä oletteko itse käyttänyt tuota Suomalais-Saksalaista Kauppakamaria?”

Haastateltava 6: ”En ole. (Naurua.) Meillä se on itse kuulunut näihin yksiin pakollisiin maksoihin, vuosittaisiin maksuihin, joita joutuu yrityksille maksamaan, vaikka itse oon kokenut vähän turhaksi.”

Haastattelija: ”Entä sitten Finprota? Oletteko heidän kanssaan ollut yhteydessä?”

Haastateltava 6: ”Olen ollut yhdessä tai kahdessa tilaisuudessa. Tuota, mut se oikeastaan... miten sen nyt sanoisi? Tietysti itsekin ois voinnut olla aktiivisempi siellä käymään. Heillä on toimisto tässä Frankfurtin keskustassa, että kaikki mahdollisuudet on mennä käymään ja kyselemään kaikista asioista. Mutta kyllähän sieltä kaikki oikeastaan saatiin Internetin kautta selville.”

Haastattelija: ”Selvä, eli Internetin kautta?”

Haastateltava 6: ”Joo, kyllä mä tietty tutkin aina tietyillä hakusanoilla, mutta siinä pitää tietysti osata saksaa. Kun mä oon ite opiskellut täällä Saksassa kanssa *Tourismusfachwirtiksi*, eli tän Kauppakamarin hyväksymän matkailualan korkeakoulututkinnon...”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 6: ”...niin sitä kautta...”

Haastattelija: ”Joo.”

Haastateltava 6: ”...sai jo tietysti tietyn taustan, että mitä tarvitaan.”

Haastattelija: ”Jaaha. Onko Teillä muuta kokemusta siihen yrityksen perustamiseen liittyen? Esimerkiksi ulkopuolisen konsultin tai toimiston käyttämiseen?” 30:30

Haastateltava 6: ”Konsultin, ei oikeastaan. Mä olin aikaisemmin osakkaana yhdessä yrityksessä vuoden, että siinä kerkes yhdellä tavalla olla. Sekin oli Saksassa perustettu GmbH. Että siinä näki sitä toimintaa jo.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 6: ”Mut sanotaan, että yllättävän kauan meni alkuvaiheessa, ensimmäinen puoli vuotta oikeastaan käynnistämisprosesseihin. Että siihen kannattaa kyllä sitten varata aikaa.”

Haastattelija: ”Joo, oliko mikä, mistä johtuen? Että liittykö jotain paperiasioihin vai?”

Haastateltava 6: ”Joo, kyllä siinä on näitä vakuutuksiakin, että siinä kestää tietty aika, että niiden käsittely. Me tehtiin niin kun liikeidea tai toimintasuunnitelmaa ja se on aika omaa aikaansa vievää. Ja sitten tietty Internet-järjestelmät, varausjärjestelmät niitten hankkiminen ja niitten sisällöntuottaminen...”

Haastattelija: ”Entä oliko pankki- ja maksuliikenteessä, onko siinä sitten jotain eroa Suomeen?”

Haastateltava 6: ”Pankkien kanssa, on ollut sinänsä... Täällä ei oo kanssa välillä helppo perustaa uutta tiliä, että se on... [epäselvä lause].”

Haastattelija: ”Aha, millainen esimerkiksi?”

Haastateltava 6: ”No, kyll’ oikeestaan... mulla oli onneks... Siihen tarvii nää tietyt dokumentit, että on Saksaan kirjautunut, asuu Saksassa ja tota, passit ja muut. Ja sitten ensin tää pitää tehdä *Gewerbeanmeldung*, eli pitää ilmoittautua toiminimeksi tavallaan ja sen jälkeen, sitt’, jos on GmbH... -osakeyhtiön rekisteröityminen notaarin luona, niin sen jälkeen pääse vasta oikeastaan sitä pankkitiliä... Ei kun kyll’ me perustettiin se ensin oikeestaan. Joo mä en muistakaan oikein. Joo, se pankkitili on ensin, koska se maksu pitää suorittaa pankkitililtä.”

Haastattelija: ”Joo, onko se yrityksen pankkitililtä vai? Vai sen notaarin maksu?”

Haastateltava 6: ”Osakepääoman. Joo, kyllä se ensin tarvii tehdä se pankkitili. Mut siinä on se vaihe ensin, että tavallaan sä et saa käyttää sitä nimeä GmbH, vaan sun pitää käyttää *GmbH-Gründung* eli tavallaan perustettavissa oleva osakeyhtiö eli tavallaan sellaista lyhennettä siinä välivaiheessa.”

Haastattelija: ”Ok, selvä. Joo, toi oli tosi hyvä tuommoinen ihan käytännön esimerkki millaista voi siinä yrityksen perustamisessa (olla). Onko vielä jotain mitä siinä yrityksen perustamisessa pitää huomioida?”

Haastateltava 6: ”Asiat pitää tehdä oikeassa järjestyksessä. (Naurua)”

Haastattelija: ”Joo.”

Haastateltava 6: ”Eli eli tää on just, tietyissä asioissa Saksan yhtiön pitää toimia oikeissa, oikeassa järjestyksessä ja tehdä tietyt asiat ettei sitten suotta kulje paikasta toiseen. Ja tietyt dokumentit pitää olla - ja hyvä asianajaja on kyllä todella tärkeä! Ja sitä mä ihan...”

Haastattelija: ”Aivan, joo, mitä kautta?”

Haastateltava 6: ”Ja mulla on nyt täällä tosi hyvä asianajaja, joka on auttanut.”

Haastattelija: ”Jooho. Hyvä!”

Haastateltava 6: ”Nyt kun me perustettiin ja meillä on rekisteröity myös toiminimet Finncentive ja Finn Meeting Saksan patentti- ja rekisteritoimistoon, ja eli ne on niin kun Suomi Travel tavallaan GmbH- nimisen osakeyhtiön rekisteröitymisen yhteydessä, mutta nää on myös nää apunimet on rekisteröity. Ja siinä oli myös tän toisen nimen kanssa hankaluuksia, että, että tää patentti- ja rekisteritoimisto ei meinannut suostua

hyväksyä tätä, mutta sitten asianajajan kanssa kun lähetettiin takaisin vastine, niin se meni vuoden päästä sit' läpi. Ett' se kesti kyllä kanssa kauan, mutta..."

Haastattelija: "Mitä kautta sitten hyvän asianajajan ootte...?"

Haastateltava 6: "On, mutta tietty asianajajan kulut tulee omanaan, ett' ne on alussa aika korkeat kanssa nää perustamiskulut. Mutta siinä toisaalta säästää sitten."

Haastattelija: "Mitä kautta olette sitten hyvän asianajajan löytäneet?"

Haastateltava 6: "Anteeks'?"

Haastattelija: "Eli sanoitte, että on hyvä asianajajan löytynyt, niin mitä kautta ootte löytäneet?"

Haastateltava 6: "Mä löysin oikeastaan tällaisen sosiaalisen mediaporttaalin kautta eli Fingin, ef-ii-en-gee, eli se on tällainen Saksassa toimiva businessporttaali..."

Haastattelija: "Anteeksi, voitteko vielä toistaa miten se kirjoitetaan?"

Haastateltava 6: "No, F-I-N-G."

Haastattelija: "Selvä, Fing. Ok, selvä. Nyt tulee... Joo."

Haastateltava 6: "Sitä kautta tutustuin. Koska mulla oli ollut täällä yksi asianajaja aikaisemmin kolme tai neljä vuotta sitten ja meillä oli yksi riitatapaus täällä silloin ja hän oli todella huono. Mut nyt mulla on onneks huippuasiantuntija."

Haastattelija: "Joo, hyvä."

Haastateltava 6: "Oikeestaan mä löysin hänet aikaisemmin ja oikeastaan mä käytin häntä aikaisemmin yksityisasiassa ja sitten tiesin, että hän sopiva myös firmalle."

Haastattelija: "Selvä, entä tuleeko vielä jotain mieleen miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?"

Haastateltava 6: "Hmm... no tota tota... no kyllä täällä oikeestaan suomalaisia täällä näkyy aika vähän. Että, suomalaisyhteisö on aika... toimii, sitten on Suomalais-Saksalainen Kauppakilta, josta tosin erottiin... erosin juuri eli en ole jäsenenä, mutta sitten on Deutsche-Finnische Gesellschaft eli Suomalais-Saksalainen Yhteisö ja, ja... niissä on aika paljon suomalaisia yrittäjiä kanssa mukana tai yksityisihmisiä."

Haastattelija: "Jaa, sillä tavalla vois löytää sitten niin kun jotain kontakteja?"

Haastateltava 6: "Niin ja sitten on aika paljon Internetissä, tällainen Suomalais-Saksalainen Forum ja kaikenlaista tällaista pientä, mutta."

Haastattelija: "Entä sitten jos vaikka tollaista kilpailu haluis kartoittaa, jos haluis kartuttaa, niin oisko mikä semmoinen hyvä tapa? Oisko tällainen markkinatutkimus, konsulttiyritys tai Finpro hyvä? Että mitä itse käyttäisitte? Mitä mieltä ootte?"

Haastateltava 6: ”No, siinä olis kyllä ehkä... Täällä on muitakin vaihtoehtoja kuin Finpro, että kannattaa niin kun tutkia useampi vaihtoehto. Että... en välttämättä nyt sanois, että Finpro olis parhain.”

Haastattelija: ”Entä tuleeko vielä jotain muuta olennaista mieleen yrityksen perustamiseen liittyen?”

Haastateltava 6: ”No ei oikeestaan... Oikeestaan, no täällä vois Saksassa toimia joka osavaltiossa, täällä Hessenissä on toi kunniakonsulina professori *Doktor Riesenkampf* ja esimerkiksi hän on, hänen tehtävänään on myöskin edistää Suomen ja Saksan välistä kaupankäyntiä...”

Haastattelija: ”Joo.”

Haastateltava 6: ”...ja tuota hänellä on asianajajatoimisto täällä Frankfurtissa ja tuota hänellä on myös kanssa paljon yhteyksiä. Niin nämä kunniakonsulit ovat myös niin kun kontakti uudelle yrittäjälle tänne.”

Haastattelija: ”Selvä, aivan joo. Kunniakonsulit ja oliko tämä Riesenkampf...

Riesenkampf (oikea kirjoitusasu *Dr. Alexander Riesenkampff*) hänen nimensä?”

Haastateltava 6: ”Joo, oli.”

Haastattelija: ”Selvä, aivan. Kiitoksia todella paljon näistä vastauksistanne! Ei tullut tässä muuta mieleen, oli jo todella kattava. Onko Teillä itsellä mitään?”

8.8 Teemahaastattelu 7

”Hyvää päivää! Teemahaastattelu Saksaan 2.8.2010 aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta ja haastateltavana Marko Rislä, suunnittelu- ja vientitehtävissä rakennusosalalla toimiva mies eli ensin... Prikatti-Haus GmbH:sta.”

Haastattelija 7: ”Kyllä, kyllä.”

Haastattelija: ”Joo. Elikkä ensinnä, kuinka kauan olette toimineet Saksassa?”

Haastateltava 7: ”Tää firma on perustettu, maaliskuussa, oliko se huhtikuussa -94.”

Haastattelija: ”Aivan joo.”

Haastateltava 7: ”Elikkä jo jonkun aikaa ja itse olen tullut tänne 80-luvun puolivälissä.”

Haastattelija: ”Hmm, selvä. Aivan, joo oliko -94, -94 vai?”

Haastateltava 7: ”-94 on tämä firma perustettu.”

Haastattelija: ”Selvä. Joo, eli sellaisen 16 vuotta on toiminut. Entä onko käytännössä millainen myyntikonttori vai onko myös valmistusta, jotain varastoa tai muuta siellä?”

Haastateltava 7: ”No ei varsinaisesti. Myyntikonttori on täällä ja valmistus tapahtuu sillä tavalla, että meille ne tulee Suomesta nämä puutavaraosat ja kaikki mikä liittyy puuhun lähinnä, paitsi nyt ikkunat, ovet ja muut, tulee tuolta Suomesta. Ja tuota ihan tällaisena kappaletavarana, joka on mitallistettu. Tää prikattirakentaminenhan tarkoittaa sitä, että se on valmiiksi leikattua, esivalmistettua tavaraa, joka sitten tehdään näistä, niin nää rakennustarpeet eivät tule elementteinä vaan ihan valmiina tavarana.

Ja sitten täällä Saksassa otetaan kaikki sellainen mitä ei sieltä kannata sieltä Suomesta tänne Saksaan raijata, eli tarkoittaa tiiliä, kipsilevyä ja kaikkea tällaista, joka on ihan samaa tavaraa täällä kuin Suomessa ja saman hintaista suurin piirtein – aiheuttaisi yksinkertaisesti vain logistiikka- ja rahtikuluja.”

Haastattelija: ”Aivan joo, eli entä sitten kun yritysmuotonanne on GmbH eli niin kun osakeyhtiö, niin ootteko millä perusteella valinnut sen?”

Haastateltava 7: ”Se on *GmbH* on juuri sen takia, että...että... sehän tarkoittaa niin kun *Gesellschaft mit begrenzten Haftung*, eli se on niin kun osakeyhtiö Suomessa. Eli se on periaatteessa vastuussa sillä osakepääomallaan, joka on Saksassa, jos perustaa osakeyhtiötä, niin sen perustaminen maksaa, muistaakseni se on tällä hetkellä muistaakseni 25 000 euroa. Eli se on periaatteessa se summa, millä se firma on niin ku vastuussa joka tiukan paikan tullen.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 7: ”Tosin ei se nyt niin yksinkertaista ole, eli jos minä olen toimitusjohtaja ja teen teen... sillä lailla sellaisia krouveja virheitä, että pystytään näyttämään, että ne on tahallisia, niin siitä voi joutua peräti henkilökohtaiseenkin vastuuseen. Mutta ei puhuta siitä pelkästään.”

Haastattelija: ”Aivan.”

Haastateltava 7: ”Mutta se on periaatteessa osakeyhtiö, joka on sillä summallaan kaikesta vastuussa.”

Haastattelija: ”Aivan.”

Haastateltava 7: ”Ettei se ole niin kun toiminimi vaan se on osakeyhtiö. Ja tällainen on yleensä syytä ja järkevää perustaa tällaisessa, sellaisissa toimenpiteissä, jossa liikutellaan suurempia rahoja. Koska tuota, eli jos minulla olisi esimerkiksi oma toiminimi ja sitten omaa omaisuutta, esimerkiksi oma asunto tai joku muu, niin silloin siinä tapauksessa toiminimenä vastaa sillä omalla omaisuudella.”

Haastattelija: ”Aivan, joo.”

Haastateltava 7: ”Ja se on siinä se suuri vaara ja rakennusala on kuitenkin sellaista, että siinä liikutellaan kohtalaisen isoja rahoja sitten. Se ei tarkoita, että siinä paljon tienattaisiin, mutta siinä kuitenkin liikkuu se raha, liikevaihto, ei puhuta välttämättä voitosta, mutta liikevaihto voi olla kohtalaisenkin suurta joskus. Ja sitten, jos tulee tällainen tilanne jonkun asiakkaan kanssa, että se ei maksakkaan, ja siitä tule joku tällainen kierre, pattitilanne. Ja siinä voi olla todellakin vaikea paikka ja puhutaan sellaisista summista ettei niitä tosta vaan hoidellakkaan. Elikkä se on prosessisyys, miks’ se on ”

Haastattelija: ”Elikkä vois tavallaan olla niin kun taloudelliset tekijät.”

Haastateltava 7: ”Se on talouteen liittyvät asiat. Joo, ja se on niin kun, tavallaan GmbH:sta vois maan läheisesti vois sanoa, että se on niin kun jonkinlainen myyjän oikeusturva. Niin kuin henkivakuutus. (Naurua).”

Haastattelija: ”Juridiset seikat. Jooho!”

Haastateltava 7: ”Juridiset, joo ihan sen takia, että vaan ettei joudu kohtuuttomaan vastuuseen siitä, jos jokin menee pieleen.”

Haastattelija: ”Selvä, jooho, entä...?”

Haastateltava 7: ”Rajataan, rajataan se vastuualue! Elikkä, öö... elikkä se on niin kun *Gesellschaft mit begrenzten Haftung* eli tarkoittaa niin kun ”yritys rajoitetulla vastuulla” suomeksi, ja se raja on 25 000 euroa tällä hetkellä muistaakseni.”

Haastattelija: ”Sen verran kanssa, en ihan varmasti tuosta muista, kun en oo katsonut. Niin, entä muistatteko, oliko siinä rekisteröinnissä vaikka jotain haastetta tai jotain?”

Haastateltava 7: ”Anteeks, mä en oikein äsken, laitoin oven kiinni, kun täällä sataa aika kovasti. Mä en oikein ymmärtänyt tota kysymystä akustisesti.”

Haastattelija: ”Joo, eli oliko siinä osakeyhtiön tai yritysmuodon rekisteröinnissä jotain ongelmia?”

Haastateltava 7: ”Ei, nehän annetaan aina siis jollekin tuota lakifirmalle, joka ne hoitaa ja nehän niitä tekee leipätyökseen. Eli ei sitä kannata asiaa tuntemattoman itse tekemään.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 7: ”Eikä pystykkään. Ett’ ne annetaan ja nehän sitten lopulta vahvistetaan niin kuin ymmärtääkseni Suomessakin, notaarilla. Eli ne annetaan lakimiehelle, joka sitten hoitaa ne.”

Haastattelija: ”Aivan joo. Entä ootteko mitä kautta itse löytäneet sellaisen osaavan lakimiehen, kehen kannattaa luottaa tai sillein?”

Haastateltava 7: ”No mä en oikein muista. Mulla oli silloin toinen kaveri tässä mukana, joka tunsikin Münchenissä jotain, hän oli jossakin tällaisessa Ulkomaankauppaliiton jossakin tällaisessa koulutusjutussa ja sitä kautta hän tunsikin suomalaisfirmoja ja jotain sitä kautta sitten hän tunsikin jonkun lakimiesasiatoimiston, joka on paljon hoitanut asioita suomalaisille...”

Haastattelija: ”Jaaha.”

Haastateltava 7: ”...suomalaisille yrityksille. Ja näitä on joka kaupungissa, Frankfurtissakin on lakimiehiä ja lakifirmoja, jotka ovat nimenomaan ymmärtääkseni erikoistuneet tekemään asioita suomalaisille firmoille, eli toisin sanoen heillä on toimistot sekä Helsingissä tai Suomessa että Frankfurtissa ja heillä on sekä suomalaisia ja saksalaisia asianajajia, joten he tuntevat molempien maiden asiat ja pystyvät näissä asioissa auttamaan.”

Haastattelija: ”Aivan joo. Entä missä päin Saksaa toimitte?”

Haastateltava 7: ”No, tää on Darmstadt, 30 kilometriä Frankfurtista etelään päin eli Hessin on tämä lääni, eli tää on niin kun lounais-Saksaa sanotaan.”

Haastattelija: ”Entä millä perusteella olette valinnut kyseisen alueen toimipaikaksi?”

Haastateltava 7: ”Ei siinä oikeestaan mitään muuta perustetta ole kuin, että mä tulin silloin aikoinaan Darmstadtin opiskelemaan arkkitehtipuolelle ja jotenkin tänne vissiinkin kotiutunut tai jotain, että siitä se johtuu. Ei se, tämä ole ollut mitenkään strateginen veto ole, että se ois just tämä Darmstadt. Mutta Darmstadtissa on kyllä paljon hyviä puolia, Darmstadt on opiskelijakaupunki, täällä on yli 30 000 opiskelijaa, täällä on tota niinkun ESA ja EUMETSTATit eli nämä Euroopan avaruus- ja tutkimuskeskukset ja kaikki tällaiset, tää on niin kun sellainen tiedekaupunki. Täällä on 130 – 140 000 asukasta eli tää on sopivan kokoinen, ei liian iso eikä liian pieni. Tässä on loistava kulkuyhteydet joka paikkaan, tässä on autobaanat ihan heti vieressä, tästä on 30 minuuttia Frankfurtiin, 30 minuuttia Wiesbadeniin tai Mainziin. Eli sijainti on tässä keskeinen ja maantieteellisesti tämä sijainti on hyvä. Mutta se ei ole pääsyy miksi mä tässä olen. Kyllä tä on tavallaan, että mä oon tähän jämähtänyt. Mutta kyllä tää vois ihan hyvin olla Darmstadt tai Frankfurt, jos ei näin ois käynnyt.”

Haastattelija: ”Joo, sanoitte, että siellä on yliopistokaupunki. Niin, ootteko tarvinnut tai käyttäneet paikallisia opiskelijoita tai muuta työvoimaa?”

Haastateltava 7: ”On, jonkun verran, mitä mä oon käyttänyt on tuolta Suomesta Kempeleen ammattiopistolta, on käynnyt jotain CAD-piirtäjiä. Ei säännöllisesti, mutta joskus on joku ollut 4-6 viikkoa. Ja toisekseen tää meidän firma on hyvin pieni, joten mäkin hoitelen tällä hetkellä yksin ja sitten mulla on ne toiset kontaktit, jotka hoitaa

Suomen päässä on siellä. Ja meillä ei olevakituksia työntekijöitä meillä ei ole, kun ne ovat projektiluontoisesti eli jos ei sitä rakennettavaa ole, niin sitä työvoimaa ei ole tässä ja jos ja kun sitten niitä tulee, niin ne tulevat projektikohtaisesti aina Suomesta ja yleensä aina samat kaverit ne on ollut pääsääntöisesti.”

Haastattelija: ”Kyllä, selvä. Entä muuten, onko millainen kustannustaso esimerkiksi toimitilojen vuokran tai oston suhteen siellä?”

Haastateltava 7: ”Että ollaanko vuokrattu näitä toimitiloja?”

Haastattelija: ”Joo.”

Haastateltava 7: ”Meillä on esimerkiksi, mikä on musta hyvä tällaiselle pienelle tai varsinkin aloittelevalle firmalle on se, että täällä on semmoisia toimistopalveluita, joita Suomessa niitä kutsutaan toimistohotelleiksi, eli tällaisia toimistopalveluita, joissa on sihteerikeskus ja siellä on sitten toimitiloja ja tarpeen mukaan vuokrattavana ja niissä on kiinteä kuukausimaksut, niihin pääsee yleensä suoraan sisään ja niitä saa möbleerattuina tai sitten niitä voi itse mööbelöidä ja niissä on yleensä kaikki tekninen valmius, mitä niihin yleensä siellä tarvii. Ja sitten niistä pääsee yleensä aika hyvin eroon, eli minä tiedän ainakin tuon toimisto, jossa oon kohta toistakymmentä vuotta ollut, niin jos sanon, että en mä enää ens kuussa voi siellä olla, niin ei siinä mitään irtisanomisaikaa ole eikä mitään, sanotaan vaan, että ok, tehdään näin. Eli se on hyvin helppo. Sen sijaan, kun alkaa vuokraamaan tai pahimmassa tapauksessa, tai no jos on mahdollisuutta, niin ostamaan jotain toimitilaa ja sijoittamaan siihen, niin vuokrasopimuksesta voi olla vaikea päästä eroon noin vain ja ne yleensä pitää tehdä joksikin ainakin vuodeksi tai pari. Ja sitten, jos se toiminta ei lähde kunnolla pyörimään ja sitten on nää kalliit vuokratulot ja muut pyörii eikä huoneistosta ei pääse eroon, niin siitä voi tulla suuria ongelmia, ainakin tommoiselle pienelle yrityksille. Puhumattakaan siitä, että täytyy ostaa tai liisata tommoisia kopiokoneita ja muita, jotka on kalliita juttuja, että ne on tällaisissa toimistohotelleissa valmiina. Eli siinä ei niin kun tavalla tapahdu ainakaan näiden tilojen suhteen mitään sellaista yllättävää, mitä ei pystyis ennakoimaan.”

Haastattelija: ”Joo, toimistohotelli, semmoinen. Aika hyvää uus’ pointti, ei oo tommoista tullut aikaisemmin tollasta esille. Entä onko hinta- ja kustannustaso millainen, osaatteko siitä sanoa?”

Haastateltava 7: ”Kyllä, kyllä. Tää on tällainen semmoinen, mitä mä kyllä suosittelen tällaisista systeemiä ihan esimerkiksi Suomesta Saksaan tulevalle firmalle. Että se on semmoinen kustannustehokas ja edullinen ja helppo ja niin kun sanottu, että siinä tietää mitä maksuja siinä tulee, ettei tule semmoisia pattitilanteita tai yllätyksiä.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 7: ”Ja niin kun sanottu, musta ensimmäinen mikä pitää mun mielestä täällä tehdä, jos tänne tulee Suomesta ja jos on yritys, jolla on jonkun lukuista liikevaihtoa, niin se GmbH:n perustaminen on melkein väistämätön juttu, koska sillä tavalla suojaa sen oman oikeusturvansa. Sitä vasten, että siinä vaiheessa, jos kaikki on jo pielessä, niin siinä vaiheessa on turha ryhtyä perustamaan. Niin se pitää perustaa siinä hetkessä ja sen jälkeen alkaa tekemään. Ja kaikki nää pitää hoitaa asiantuntevalla lakimiehellä ettei niitä kannata alkaa itse arpomaan ja kokeilemaan.”

Haastattelija: ”Oletteko sitten itse käyttäneet toimistohotellipalvelua tai mistä löytänyt?”

Haastateltava 7: ”No, ei siinä, piti vaan huomata... ohi ajaessa, jaa, että tässä on tällaisia toimistotiloja vuokralla ja sitten me vuokrattiin sieltä. Sekin oli sellainen oikeastaan, etten mä tiennyt, kato se oli, milloinkahan ois ollut, tuota niin, joskus -97 tai jotain ja silloin tämä toimistohotellipalvelu oli siihen aikaan vielä aika nuori. En mä itse asiassa oikein tiennytkään, että sellaista on olemassa. Menin vaan suunnilleen tollaisen mainosplakaatin perässä kadulle ja menin sitten kyselemään, että mikäs tällainen homma on, kuulostaa kiinnostavalta. Ja en mä tiedä, se oli ihan hyvä vaihtoehto sitt. Jos se ois huono ollut, niin en mä siellä niin pitkään ois ollutkaan.”

Haastattelija: ”Jooho. (Naurua). Entä onko yrityksellänne millaisia kokemuksia Saksan markkinoilta? Onko vaikka kuin helppo tai vaikea markkina?”

Haastateltava 7: ”Helppo tai vaikea... niin kun ylipäättänsä saada tänne firma pyörimään, tarkoitatko sitä vai mitä tarkoitat?”

Haastattelija: ”Joo esimerkiksi miten saadaa pyörimään, miten löydetään asiakkaat, saadaan tavoitettua ja sillein?”

Haastateltava 7: ”No, helppous ja vaikeus se on ihmisestä itsestä kiinni paljon. Että siinä kannattais olla se profiili ja toimenkuva aika selkee, että tietää mitä on myymässä ja kenelle on myymässä, kuka on se kohderyhmä... Ja myöskin miettiä sitä, että nämähän, nämä myymisen lainalaisuudethan ovat aika lailla samanlaisia kuin Suomessa. Jos se tuote on hyvä ja se on selkeä idea on, miten sitä markkinoidaan. Tänä päivänä se on kai se tuotteistus, useimmissa asioissa se media, tällainen pitää olla valmiina. Ja sitten se mikä on tietysti **hirmu tärkeä asia**, joka meinasi unohtua on, kun Suomesta tänne tulee, se on kyllä semmoinen asia, että ensimmäinen, mikä pitäisi tehdä, ihan ensimmäinen, ottaa joku semmoinen puolenvuoden tällainen saksan intensiivikurssisysteemi, ei mikään että kansanopistossa käydään puoli tuntia tai tunti kerran viikossa tai kahdessa, vaan joku tällainen mikä on yliopistot tai muut akateemiset instituutit näitä järjestää.”

Haastattelija: ”Aivan joo.”

Haastateltava 7: ”Ihan jopa vaikka sellainen internaattisysteemejä ja siihen pitää ottaa joku kuukausi aikaa ja tehdä se. Sillä jos tätä kieltä ei täällä hallitse, niin se on kyll’ yks’ kans’ aika iso ongelma.”

Haastattelija: ”Selvä. Jaaha?”

Haastateltava 7: ”Ja saksalaiset itse on... toki täältä löytyy ihmisiä, jotka puhuvat englantia, mutta keskimäärin tai sitten se on vähän tukkoilevaa. Että maassa kanssakäymisen ja ihmisten kanssa sosiaalisen kanssakäymisen ylipäättänsä ihmisten kanssa A ja O se kielitaito.”

Haastattelija: ”Selvä, ootteko sitten tarvinnut vaikka Finnveralta, Finprolta tai Fintralta apua?”

Haastateltava 7: ”No mä en tiedä mikä tässä on, vähän jotenkin pätkii tää puhelin.”

Haastattelija: ”Ok, no selvä sanon uudestaan.

Haastateltava 7: ”Onks niin kun joku? Mä en niin kun äsken kuullut tota, mitä kysyt.”

Haastattelija: ”Selvä, ootteko esimerkiksi jonkun Finpron tai Fintralta tai joltakin ulkopuoliselta hankkinut apua?”

Haastateltava 7: ”Joo, olen ollut, alussa muistaakseni silloin tämä Finpro oli aika uusi silloin 90-luvun puolessävälissä ja oltiin nimenomaan sinne yhteydessä.”

Haastattelija: ”Jaaha. Selvä, muistatteko miten toimi, saitteko apua?”

Haastateltava 7: ”Ja muistaakseni tämä Finpro toimi silloin Münchenissä ja tää firma perustettiin alun perin Müncheniin, että se tyyppi, joka minuun otti yhteyttä, oli juuri muuttanut Müncheniin.”

Haastattelija: ”Selvä, jooho.”

Haastateltava 7: ”Se muuten parani äsken, sä oot varmaan pitänyt sitä puhelinta tai luuria sillain huonosti, ettei oo oikein kuulunut. Että varmaan ollut luuri kourassa?”

Haastattelija: ”Jooho, nostin vähäsen, käänsin vähäsen. Joo, hyvä. Entä sitten...”

Haastateltava 7: ”Nyt kuuluu hyvin!”

Haastattelija: ”Entä sitten millainen Finpro, oliko siitä kuin apua? Muistatteko?”

Haastateltava 7: ”Jooho, kyllä sieltä apua saa ja nehän muun muuassa oli auttamassa tämmöisessä järjestelemässä messuasioissa ja tämmöisissä. Kyllähän sieltä neuvontaa saa, sellaista kaikkea tämmöisiä, jos ulkomaan vienti- ja markkinointitukea, jos haetaan, niin saa mitä valtiolla on monenlaisia kanavia, että sieltä pystyy neuvomaan siinä, että tukea voi hakea ja millä tavalla. Että nää on kanssa hyviä systeemejä, niiden varaan ei kannata perustaa mitään, mutta niistä voi olla apua tämmöisille nuorille firmoille, jotka tulee tänne ja hakee tällaista markkinointitukea. Yleensä se toimii tämän kaavan

mukaan, että pitää itse yksi euro investoida, jotta saa sen yhden euron apua. Että se ei toimi sillä tapaa, että sieltä haetaan vaan rahat ja ne lyödään kouraan, vaan elikkä että itse satsataan tietty summa ja sieltä saa toisen mokoman niin kun avustukseksi ja sen on kyllä iso asia, jos sulla on tuhat euroa ja sulle lyödään toinen tuhat euroa kouraan. Ett' kun olet käyttänyt sen 1 000 euroa, niin sehän on ihan iso apu.”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 7: ”Että sitten kannattaa näitä tällaisia asioita selvittää.”

Haastattelija: ”Selvä, entä miten millaisia muuten suurimpia haasteita Saksan markkinoilla on tullut vastaan?”

Haastateltava 7: ”Oh, ei kai muuta kuin saksalaiset. (Naurua.) No tota, en mä oo tällaisia firmoja Suomessa pyöritellyt ja mä oon ollut yli 20 vuotta täällä Saksassa, ett' mä on siellä tavalla vähän niin kun saksalaistunut tai sanotaanko niin kun että vähän sisäistynyt tänne Saksaan, jo lukiossa tullut jo vanhempia, ja on suomalainen vaimo, ja mä en osaa kauheasti arvioida onko se loppujen lopuksi täällä kauhean vaativampaa kuin Suomessa... Mutta sen takia myös että saksalainen asiakas on vaativampi ja tällaisissa niin kun saksalainen myös perustaa siitä, että myös kun on aikataulut sovittu, niin siitä pidetään kiinni, että tullaan ajoissa eikä varttitunti myöhässä tai ajoissa. Tai sitten jos tullaan myöhemmin, niin pitää soittaa, että on tällainen ongelma, että sen ymmärtää joka ikinen. Mutta se että tullaan varttitunti niin kuin huvittaa, niin siitä ne ei pidä ollenkaan. Että se on niin kun sellainen termi kuin tarkkuus on tärkeä. Että kyllä saksalaiset asiakkaat on tarkkoja, mutta minusta onhan se toisaalta oikein, että jos sä jotain tilaat ja maksat, niin kyllähän sä voit asiakkaana vaatia, että se asia on kunnossa. ”

Haastattelija: ”Joo, hyvä.”Entä sitten, olitteko sitten mitä sanomassa? Tuliko jotain tuohon?”

Haastateltava 7: ”Ei, ei tullut. Mä vaan kun mä puhuin sun päälle äsken.”

Haastattelija: ”Entä sitten suurimpia kaupallisia mahdollisuuksia Saksassa vaikka joko oman alanne tai suomalaisyritysten näkökulmasta?”

Haastateltava 7: ”No, kun puhutaan Saksan markkinoista, niin voidaan helposti puhua Keski-Euroopan markkinoista, eli nää Alankomaat, Luxemburg mukaan, Itävalta ja Sveitsi. Kyllähän täällä tää markkina-alue on älyttömän iso. Ja Saksassa jo onkohan täällä jo melkein 85 miljoonaa asukasta? Ja tää on kuitenkin, kun nää on hyvinvointivaltioita eli täällä on terveitä valtioita sillein, että täällä sitä rahaa kyllä kans on. Vähemmän hyvin pärjääviä ihmisiä kyllä on vähemmän, niin kuin joka paikassa on, mutta kyllä niitä on ja valmiutta ja haluakin sijoittaa siellä on. Ja tässä onko täällä

Hessenissä läänissä joku 8 miljoonaa asukasta? Eli täällä on populaa enemmän kuin Suomessa on koko maassa.”

Haastattelija: ”Jooho, selvä.”

Haastateltava 7: ”Eli markkinat on isot, mutta sitten siinä on myös se, että isoilla markkinoilla on paljon yrittäjiä että siinä helposti hukkuu muiden sekaan.”

Haastattelija: ”Aivan, jooho, eli kilpailuu löytyy paljon vai?”

Haastateltava 7: ”Joo, kilpailu on sen mukaista ja näitä yrittäjiä on muitakin, iso maa ja isot markkinat - paljon yrittäjiä. Eli ei se tarkoita, että se ois kuitenkaan helppoa tulla tänne tekemään rahaa.”

Haastattelija: ”Selvä, entä onko Teillä jotain vinkkejä tai kehitysehdotuksia Saksaan lähteville suomalaisyrityksille?”

Haastateltava 7: ”Vaikea... vaikee sanoo, sillä lailla, että en mä muuta osaa sanoa kuin noista, mitä oon puhunut omista kokemuksista. Mut en mä tiedä, hankala neuvomaan. Enkä mäkään ite ole mikään ekonomi tai markkina... taloushallinnon varsinainen ihminen ole, joten olen ehkä väärä ihminen antamaan näistä talousasioista... Mutta tällaisii vinkkejä mistä äsken on puhuttu, kaikkee tällaista, että GmbH:n perustaminen on suositeltavaa ja hoitaa ne asiat lakimiehen, ammatti-ihmisellä. Ja hankkia jonkin verran sitä kielitaitoa, ettei tulla ihan niin kun pöljänä tänne, että olla ummikkona täällä...”

Haastattelija: ”Selvä.”

Haastateltava 7: ”Ett’ ne on kyllä sellaisia sanotaan peruskulmakiviä. Ja sitten kun tänne tulee, niin olla aika selkeä se taju, mitä tänne on myymässä ja miten sitä myyntiä on tarkoitus hoitaa ja myöskin markkinointia. Ja myöskin tutkia sitä ennen, että se tuote mitä tänne on tuokin, että sillä on markkinamahdollisuuksia täällä. Ja sekin, että onko sillä tarvetta täällä. Että jos joku vaikka saa päähänsä, että alkaa kuulakärkikyniä tänne vaikka roudaamaan Suomesta niin, että en mä tiedä onko siinä kauheasti järkeä, kun niitä kyllä saa joka puolelta.”

Haastattelija: ”Käyttäisittekö sitten, oisko joku Finpro tai yksityinen konsulttiyhtiö tai millainen, millä vois tehdä kartoitusta avuksi?”

Haastateltava 7: ”No varmasti voi tehdä. Mä en oo sitä kautta tehnyt. Mut mä kyllä uskoisin, että sitä kautta voi tehdä ja niillä on kapasiteettiä ja tietoa ja taitoa tehdä tällaisiä. Ja toki ne hoitaa ne niitä korvauksia vastaan, mutta se voi olla järkevämpää maksaa jostain tiedosta jonkin verran kuin sitten lähteä jonnekin vaan huiskimaan ja sitten maksaa siitä todella raskaasti. Että se voi olla se muutama tuhat euroa siitä, jonka

maksaa pieni summa sen rinnalla, jos lähtee markkinoimaan täysin väärä asioita väärin paikkoihin ja väärin metodein.”

Haastattelija: ”Kyllä. Entä sitten vielä niistä messuista? Mainitsitte, että ootte niillä ollut vai?”

Haastateltava 7: ”On niillä oltu.”

Haastattelija: ”Selvä. Millainen kokemus se oli?”

Haastateltava 7: ”Minä tuota niin... se riippuu niin paljon tuotteesta. On tuotteita, joita myydään ihan puhelinsoittojen perusteella ja valokuvien ja katalogien kautta, mutta tää taloyhtiö... niin se oli mun mielestä virhe meillä, se että me käytiin suurilla valtakunnallisilla suurilla talomessuilla Münchenissa ja Berliinissä. Sen takia, että kun ei kuitenkaan ollut sitä valmiutta vielä näissä paikoissa, että olisi rakennettuna kunnan myyntiverkosto kunnollinen. Ja se oli ihan älytön se tilanne, että oltiin Berliinissä ja siellä käy joku 30- 40 sitten loppujen lopusta potentiaalisia kiinnostunutta ihmistä, siellä käy tuhansia ihmisiä, mutta, mutta ehkä niitä 30- 40 voi ihan vakavissaankin olla jossain talohankinnoissa ja loput käy muuten vaan kyselemässä. Niin siellä täytyy olla sitten joku paikanpäällä joka sitä hommaa hoitaa ja jos sulla on ite 500 kilometrin päässä, niin en mä voi jokaista ihan vaan siinä toivossa, että on vakavissaan, aina käydä heittämässä 1 000 kilometrin reissun.”

Haastattelija: ”Aivan, hyvä semmoinen huomio!”

Haastateltava 7: ”Eliikkä tota se kannattais, minun suositus on, riippuen tietysti siitä tuotteesta, mutta jos on näinkin tällöinen konkreettinen iso tuote niin kun talo, jota ei osteta niin kun sämpylää vaan niitä porataan ja funtsitaan ties vaikka kuinka kauan ennen kuin se päätös tehdään. Niin niin tuota, jos on tällaisesta toimenkuvasta niin kysymys, niin olen sitä mieltä, että ei kannata lähteä merta edemmäs kalaan vaan että kannattaa pysyä niillä mahdollisimman pienessä ringissä, että sielläkin riittää sitä porukkaa. Niin kun mä sanoin, tässä Hessenin läheisyydessä on varmaan 8 miljoonaa asukasta ja ei täällä näitä puufirmoja kuitenkaan niin älyttömästi ole ja kyllä naapuristakin löytyis... varmaan löytyy niitä markkina-alueita ihan tarpeeks’. Eli on turha lähteä haalimaan isoa palaa, ainakaan alkuvaiheessa, ja sitä minun mielestä esimerkiksi me ollaan tehty.”

Haastattelija: ”Kyllä, tuleeko vielä jotakin mieleen miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille? Millä tavalla tai miten?”

Haastateltava 7: ”No ainakin se, että täytyy jonkun verran olla niinko sitä pääomaa, ettei tänne voi lähteä sillai jos ei oo yhtään rahaa. Mutta niin kai se on Suomessakin, että on

turha perustaa firmaa, jos ei sulla oo yhtään lanttia tai ainakin se on hyvin vaikeaa. eli jonkun verran olla sitä rahaa. Ja niin kun mä sanoin, että tällaiset typerät ja lapsellisuudet, naiivit karikot välttää, niin ottaisin niin kun suoraan yhteyttä asiantuntijoihin eli lähinnä lakimiehiin ja oikein ottaa kunnollinen kirjanpitäjä, ja nää kaikki hoitaa niin kun se pitää hoitaa, koska niissä asioissa tulee varmasti harmaita hiuksia, jos ei niitä hommia hoida heti alussa.”

Haastattelija: ”Aivan, kirjanpitäjä ja varsinkin veroneuvoja monella on mainittu aikaisemmin...”

Haastateltava 7: ”Veroneuvoja ja ne yleensä toimii niin kun meillä ainakin se on niin, että se on aika useissa lakitoimistoissa, että niillä on ne palvelut niin, että saman katon alla laki- ja veroneuvonta.

Haastattelija: ”Selvä, jooho.”

Haastateltava 7: ”Ja nää on sellaisia asioita, että kun näitä kukaan tavallinen ihminen, vaikka kuinka fiksu olis, voi edes tietää näitä. Nää veroviidakot on sellaisia asioita, ettei veroneuvojakin meinaa pysyä perässä, nää muuttuu ihan jatkuvasti säännökset.”

Haastattelija: ”Kyllä jooho.”

Haastateltava 7: ”Että se on ainakin sellainen asia, että on hirmu tärkeä.”

Haastattelija: ”Joo, selvä, tuleeko vielä jotain muuta oleellista liittyen siihen yrityksen perustamiseen?”

Haastateltava 7: ”Ei kyllä ainakaan heti. Kyllä mä oon tässä yrittänyt miettiä...”

Haastattelija: ”Jooho, kiitos näistä vastauksista.”

8.9 Vastauslomake MIK:ltä

Hyvää päivää! Teemahaastattelu xx.xx.2010 aiheesta yrityksen perustaminen Saksaan, haastattelijana Perttu Saraniva Jyväskylän ammattikorkeakoulusta, ja haastateltavana (titteli, nimi, yritys).

Kysymykset 1-5 liittyvät yritykseen taustatietoihin ja kokemuksiin Saksasta.

Taustatiedot: yrityksen nimi, toimiala, haastateltavan henkilön nimi, titteli?

MIK-Market Information Korkala

Markkinatutkimus

Petteri Korkala, TJ/omistaja

Kuinka kauan olette toimineet Saksassa?

14 vuotta

Millä tavalla toimitte Saksassa? (Onko yrityksellänne esimerkiksi oma myyntikonttori, tuotantolaitos tms. siellä?)

MIK on puhtaasti saksalainen yritys, siis tänne perustettu, eikä sillä ole suomalaista emoyhtiötä tms. Minä olen suomalainen, mutta perustin siis yrityksen Saksaan opiskelujeni jälkeen.

Missä päin Saksaa toimitte ja miksi valitsitte sen/ ne toimipaikoiksi?

MIK toimii Alareinin alueella. Toimipaikan valintaan ei vaikuttanut mikään erityinen asia. Olemme nk footloose company eli emme ole paikkasidonnainen. Haittana on tietenkin etä aina asiakkaat eivät ole aivan lähetyvillä. Toisaalta Saksaa ei voi verrata esim Suomeen, jossa suurin osa yritystoiminnasta on keskittynyt tietyille maantieteelliselle alueelle. Samoin MIKllä on paljon asiakkaita Suomessa, joten nekään eivät ole ihan lähellä.

Millaisia kokemuksia yrityksellänne on Saksan markkinoilta? Miten yrityksenne toimiala vaikuttaa niihin?

Kokemukset ovat ihan positiivisia jos tietää miten täällä pitää toimia. MIK aloitti toiminnan tekemällä tutkimuksia dentaalialalla, ja siinä Saksa on johtava Euroopassa.

Kysymykset 6-9 liittyvät yleisesti Saksan markkinoihin.

Mitkä ovat suurimmat haasteet Saksan markkinoilla yleisesti?

Saksan markkinat

Mitkä ovat suurimmat kaupalliset mahdollisuudet Saksassa suomalaisyritysten näkökulmasta?

Onko Teillä jotain vinkkejä ja/ tai kehitysehdotuksia Saksaan lähteville suomalaisyrityksille?

Miten suomalaisyrityksen kannattaa lähteä Saksan markkinoille?

Kiitoksia vastauksistanne! Oikein mukavaa päivänjatkoa!

TARKENTAVAT LISÄKYSYMYKSET

1. Millä yritysmuodolla toimitte ja miksi olette valinneet kyseisen yritysmuodon? (Esim.juridiset, kirjanpidolliset tai taloudelliset syyt?)

Freiberufler. Tämä on erityinen yritysmuoto Saksassa, ei siis verrattavissa freelanceriin. Tämän yritysmuodon saavat lakimiehet, lääkärit ja tietyt tutkijat. Etuna tässä on, että tiettyä yritysveroa ei tarvitse maksaa. Tätä pitää hakea verovirastosta ja he päättävät saako sen.

2. Millainen kilpailu alallanne on alueella, jossa toimitte?

MIK ei ole sidoksissa maantieteelliseen alueeseen eli sen mukaisesti kilpailua ei ole. MIK kilpailee tietysti muiden markkinatutkimusyritysten kanssa niin Saksassa kuin myös Suomessa.

3. Onko alueella helppo löytää sopivaa toimipaikkaa? Millainen saatavuus ja kustannustaso niissä on? (Mitä kautta olette löytäneet toimitilat?)

Toimitiloja täällä on helppo saada, koska Kleve on pieni kaupunki (50.000 asukasta). Koska olen asunut täällä yli 20 vuotta, etsiminen oli helppoa.

4. Onko Teillä kokemusta paikallisen työvoiman käytöstä? Onko sen saatavuus alueellanne hyvä?

Markkinatutkimusta osaavien henkilöiden saanti Klevessä ei ole helppoa. Olen yhteistyössä muutaman yliopiston kanssa Saksassa ja Hollannissa, jota kautta olen löytänyt tarvittaessa osaavia henkilöitä, samoin ilmoitusten avulla.

5. Onko Teillä kokemusta Finpron, Fintran, Finnveran tai yksityisen konsulttiyhtiön käyttämisestä? Jos, niin miten yhteistyö niiden kanssa on sujunut?

En ole itse käyttänyt ko palveluita, koska tarjoamme itse osittain samoja palveluita ja olemme usein olleet kilpailutilanteessa esim Finpron kanssa.

6. Tuleeko muuta mieleen, mitä pitää ottaa huomioon perustettaessa yritystä Saksaan? (Esim. kirjanpidosta, laskutuksesta tai juridisista asioista?)

Maassa maan tavalla eli noihin mainitsemiisi asioihin tulee perehtyä ja ottaa huomioon, että ne ovat osittain erilaiset kuin Suomessa.